

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
MAESTRÍA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E
INTEGRACIÓN

TRABAJO DE GRADO
**LINEAMIENTOS PARA UNA POLÍTICA DE
DESARROLLO EXPORTADOR EN LOS MONTES DE MARÍA:**
OPORTUNIDADES Y ESTRATEGIAS DEL AGRO FRENTE AL TLC DE COLOMBIA Y
LA UNIÓN EUROPEA

Asesor

Aarón Espinosa Espinosa

Autores

Luis Miguel Bolívar Caro

Andrés Felipe Cottiz Montoya

Tabla de contenido

1	Introducción	8
2	Diseño del proyecto	10
2.1	Definición del problema	10
2.2	Objetivos.....	13
2.3	Justificación.....	14
2.4	Antecedentes.....	17
2.5	Marco teórico.....	20
2.6	Metodología.....	30
2.6.1	Tipo de Investigación	30
2.6.2	Recolección de datos	30
2.6.3	Técnicas de procesamiento de datos	31
3	Las capacidades de los Montes de María.....	35
3.1	Contexto de la región.....	35
3.1.1	Contexto Político.....	35
3.1.2	Contexto Económico.....	37
3.1.3	Contexto Social.....	40
3.2	Actividad Agrícola	47
3.2.1	Estructura productiva del sector Agro en los Montes de María de Bolívar. 47	
3.2.2	Encadenamientos Productivos.....	52
3.2.3	Exportaciones agrícolas de Bolívar.....	55
3.2.4	Esfuerzos en cuanto a competitividad.....	60
4	Colombia y la UE	62
4.1	Análisis de contexto de la UE	62
4.1.1	Contexto Político.....	62
4.1.2	Contexto Económico.....	63
4.1.3	Contexto Social.....	64
4.1.4	Contexto Tecnológico.....	67
4.2	Relación de Colombia con la UE	68
4.2.1	Asimetrías de las economías	68
4.2.2	Índices de competitividad	74
4.3	Oportunidades del Mercado	78

4.3.1	Tendencias de consumo	78
4.3.2	Barreras del sector.....	80
4.3.3	Oportunidades Abiertas.....	82
4.4	Análisis de TLC-UE para los Montes de María	95
4.4.1	Negociaciones en el sector Agrícola.....	97
4.4.2	Obstáculos al comercio	100
4.4.3	La Política Agraria Común de la UE	105
5	Análisis desde la competitividad	106
5.1	Análisis competitivo.....	106
5.1.1	Condiciones de los factores.....	106
5.1.2	Condiciones de la demanda.....	107
5.1.3	Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.....	108
5.1.4	Sectores afines y auxiliares	109
5.1.5	Estado.....	109
5.1.6	Azar	110
5.2	Análisis DOFA	111
6	Lineamientos de políticas de desarrollo exportador	114
6.1	Lineamientos de políticas de desarrollo exportador.....	114
6.1.1	Alcance de los lineamientos.....	114
6.1.2	Objetivos y estrategias necesarias	115
6.2	Posibles iniciativas privadas.....	126
7	Conclusiones y recomendaciones	128
	Listado de anexos	131
	Referencias	132

Listado de Siglas y abreviaturas

ALADI	Asociación Latinoamericana de Integración
APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation
CAN	Comunidad Andina de Naciones
Caricom	Mercado Común del Caribe
CBI	CBI - Centre for the Promotion of Imports from developing countries
	Centro para la promoción de importaciones desde países en vía de desarrollo
CCAI	Centro de Coordinación de Atención Integral
CCC	Cámara de Comercio de Cartagena
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
DIAN	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales
DIH	Derecho Internacional Humanitario
DNP	Departamento Nacional de Planeación de Colombia
DOFA o FODA	Debilidades, Oportunidades, Fortalezas, Amenazas
EEUU	Estados Unidos de América
EFTA	Europe Free Trade Agreement
EU27	27 países que conforman la Unión Europea a 2011
EUROSTAT	Directorate-General of the European Commission for Statistics
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations
FAOSTAT	Food and Agriculture Organization Corporate Statistical Database
FMI	Fondo Monetario Internacional
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade
I&D ó I+D	Investigación y Desarrollo
R&D	Research and Development
ÍBCR	Índice de Balanza Comercial Relativa
IDH	Índice de Desarrollo Humano
HDI	Human Development Index
III	Índice de Intensidad Importadora
IVCR	Índice de Ventaja Competitiva Revelada
I-X	Importaciones menos Exportaciones
Mercosur	Mercado Común del Sur
Mincomercio	Ministerio de industria, comercio y turismo de Colombia
NBI	Necesidades Básicas Insatisfechas
NMF	Nación Más Favorecida
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
PAC	Política Agraria Común de la Unión Europea
PEA	Población Económicamente activa
PEC	Pacto de Estabilidad y Crecimiento de la Unión Europea
PEST	Análisis Político, Económico, Social y Tecnológico
PIB	Producto Interno Bruto
GDP	Gross Domestic Product
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
UNDP	United Nations Development Program
PODEC	Plataforma de Organizaciones de Desarrollo Europeas en Colombia
SAFP	Sistema Andino de Franjas de Precios
SGP	Sistema General de Preferencias
SIEX	Sistema de Estadístico de Comercio Exterior
SNAIPD	Sistema Nacional de Atención Integral a la Población Desplazada
TLC	Tratado de Libre Comercio
UdeC-IIIEC	Universidad de Cartagena – Instituto Internacional de Estudios del Caribe
UE	Unión Europea
UNAL-CGR	Universidad Nacional de Colombia – Contraloría General de la República
UNFPA	United Nations Population Found
FPNU	Fondo de Población de las Naciones Unidas
UNHCR	United Nations High Commissioned for Refugees
Zodes	Zona de Desarrollo Económico y Social del Departamento de Bolívar

Listado de Tablas

Tabla 1. Taxonomía de Políticas económicas	25
Tabla 2. Actividades e insumos de la producción agrícola	29
Tabla 3. Evaluación de desempeño institucional para los Montes de María	36
Tabla 4. Uso del suelo montes de maría.....	38
Tabla 5. Población de los Montes de María	40
Tabla 6. NBI según municipio a diciembre de 2008.....	41
Tabla 7. Personas Matriculadas en Educación Primaria y Secundaria.....	42
Tabla 8. Porcentaje Personas en Educación Primaria y Secundaria.....	43
Tabla 9. Número de Personas en Educación Superior (Bolívar).....	43
Tabla 10. Cálculo del desempleo en Bolívar.....	44
Tabla 11. Homicidios en la región Montemariana 2010	45
Tabla 12. Secuestros Región Montes de María de Bolívar	46
Tabla 13. Personas expulsadas de los Montes de María de Bolívar.....	46
Tabla 14. Hogares afectados ola invernal 2010	47
Tabla 15. N° de productores en los Montes de María	48
Tabla 16. Territorio en los Montes de María de Bolívar 2009.....	49
Tabla 17. Análisis del territorio en los Montes De María De Bolívar 2009	49
Tabla 18. Producción Agrícola de las ZODES Montes de María en el total departamental	50
Tabla 19. Tipos de cultivo Montes de María de Bolívar.....	51
Tabla 20. Producción Agrícola En Los Montes de María 2009.....	51
Tabla 21. Mercados destino de los productos de los Montes de María.....	54
Tabla 22. Exportaciones de Bolívar en el capítulo 07.....	56
Tabla 23. Exportaciones de Bolívar en el capítulo 08.....	57
Tabla 24. Exportaciones de Bolívar en el capítulo 18.....	59
Tabla 25. Exportaciones de Bolívar en el capítulo 24.....	60
Tabla 26. Agenda interna de competitividad del sector agroindustrial de bolívar.....	60
Tabla 27. Indicadores de asimetrías entre Colombia y la UE	68
Tabla 28. Exportaciones Bolívar a la UE 2010	72
Tabla 29. Cálculo del IVCR para el tabaco.....	75
Tabla 30. Cálculo del IVCR para productos agrícolas de Bolívar	75
Tabla 31. Cálculo del III de tabaco para la UE	76
Tabla 32. III de la UE para principales productos agrícolas de Bolívar	77
Tabla 33. III de la UE para otros productos agrícolas.....	77
Tabla 34. Mezcla de productos potenciales en la UE.....	80
Tabla 35. Categorización Productos Potenciales en la UE	99
Tabla 36. Factores para el Análisis Competitivo para un sector agrícola	106
Tabla 37. FODA Montes de María de Bolívar	111
Tabla 38. Clasificación de los ejes de acción.....	116
Tabla 39. Lineamientos para una política de desarrollo exportador en los Montes de María.....	129

Listado de Ilustraciones

Ilustración 1. Metodología para elaboración de política económica	34
Ilustración 2. Zodes Montes de María	35
Ilustración 3. Esquema de encadenamientos productivos en la región montemariana	53
Ilustración 4. Desempleo en la UE Primer trimestre del 2011 (EUROSTAT, 2011)	64
Ilustración 5. Proyección de la edad de la población europea al 2026 (EUROSTAT, 2011)	65
Ilustración 6. Fuentes de oportunidades para el agro (Elaboración propia).....	79
Ilustración 7. Barreras comerciales de los productos agrícolas	100
Ilustración 8. Insumos para elaboración de recomendaciones de política.	114
Ilustración 9. Ejes de acción para generación de lineamientos de política para la sub región.....	116
Ilustración 10. Articulación de las instituciones educativas a las disciplinas relacionadas con la política de desarrollo exportador	121
Ilustración 11. Ruta hacia el valor agregado de los productos de los Montes de María. Fuente: Elaboración propia con base en documentos de CBI y Amézquita (2006)	123

Listado de gráficos

Gráfico 1. Homicidios en la región de los Montes de María de Bolívar 2003-2010 (Fuente: Policía Nacional)	45
Gráfico 2. Principales productos de exportación del departamento de Bolívar 2010 (miles de dólares FOB)	55
Gráfico 3. PIB Percápita (USD) de los países de la UE (Exc. Luxemburgo) (World Bank, 2011)	63
Gráfico 4. Índice de Desarrollo Humano de la UE 2010 (UNDP, 2010)	65
Gráfico 5. Indicadores de la UE 2008 (UNDP, 2008)	66
Gráfico 6. Porcentaje del PIB invertido en I&D (OECD, 2009)	67
Gráfico 7. Patentes triádicas registradas por países de la UE (OECD, 2009)	67
Gráfico 8. Comercio de Colombia con la UE (Millones de Euros) (Mincomercio, 2011)	69
Gráfico 9. Tipos de exportaciones colombianas a la UE 2006-2010 (Mincomercio, 2011)	70
Gráfico 10. Composición de las exportaciones de Colombia a la UE 2006-2010 (Mincomercio, 2011)	70
Gráfico 11. Productos tradicionales exportados por Colombia a la UE 2000-2010 (Mincomercio, 2011)	71
Gráfico 12. Tipo de importaciones de Colombia desde la UE 2006-2010 (Mincomercio, 2011)	71
Gráfico 13. Tipos de importaciones industriales de la UE 2006-2010 (Mincomercio, 2011)	72
Gráfico 14. Consumo de mango en la UE 1999 –2008 (FAO, 2011)	83
Gráfico 15. Toneladas de mango consumidas por cada 1000 habitantes en la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)	83
Gráfico 16. Producción mundial de mango 2009 (FAO, 2011)	84
Gráfico 17. Consumo de piña en la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)	84
Gráfico 18. Toneladas de piña consumidas por cada 1000 habitantes en la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)	85
Gráfico 19. Producción mundial de piña 2009 (FAO, 2011)	85
Gráfico 20. Consumo de Banano en la UE 10009 – 2008 (FAO, 2011)	86
Gráfico 21. Toneladas de banano consumido por cada 1000 habitantes en la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)	86
Gráfico 22. Producción mundial de banano 2009 (FAO, 2011)	87
Gráfico 23. Consumo de papaya en la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)	87
Gráfico 24. Toneladas de papaya consumidas por cada 1000 habitantes en la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)	88
Gráfico 25. Producción mundial de papaya 2009 (FAO, 2011)	88
Gráfico 26. Toneladas de fécula de yuca consumida en la UE 1999 – 2009 (I-X) (FAO, 2011)	89
Gráfico 27. Producción mundial de yuca 2009 (FAO, 2011)	90
Gráfico 28. Producción mundial de ñame 2009 (FAO, 2011)	90
Gráfico 29. Consumo de aguacate en la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)	91
Gráfico 30. Toneladas de aguacate consumidas por cada mil habitantes en la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)	91
Gráfico 31. Producción mundial de aguacate 2009 (FAO, 2011)	91
Gráfico 32. Producción mundial de cacao 2009 (FAO, 2011)	92
Gráfico 33. Consumo de cacao en grano en la UE 2009 (I - X) (FAO, 2011)	93
Gráfico 34. Consumo de aceite de palma en la UE 1999 - 2008 (I - X) (FAO, 2011)	93
Gráfico 35. Producción mundial de aceite de palma 2009 (FAO, 2011)	94

1 INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación se encuentra orientado a identificar las capacidades agro-productivas de los Montes de María del departamento de Bolívar; analizar el acuerdo comercial entre Colombia y la Unión Europea – UE –, y determinar lineamientos de políticas públicas que pudieran ser implementadas por parte del gobierno para el aprovechamiento de oportunidades de negocios que puedan surgir con la posible aprobación del Tratado de Libre Comercio – TLC – entre Colombia y la UE.

Este interés surge al considerar que la globalización ha llevado a los países a experimentar grandes cambios en materia económica, afectando los procesos de desarrollo comercial de las regiones. Actualmente no es del todo válido ver el mundo como un solo mercado, como en principio nos indicó la globalización, sino como un conjunto de mercados más significativos que se han ido creando a través de tratados bilaterales que enmarcan las reglas de comercio entre un grupo de países.

Estas transformaciones hacen pensar en la posibilidad de que la liberación comercial solo se dé hasta cierto nivel y entre un grupo limitado de países, llevando a los diferentes gobiernos a generar estrategias en todos los niveles de política exterior, con tal de que sus regiones logren el tan anhelado desarrollo por medio del incremento del comercio con regiones de otros países, con lo que se vuelve más frecuente la firma de TLC's.

El gobierno colombiano no es ajeno a esta situación; Es por esto que ya ha firmado varios TLC's y se encuentra en la búsqueda de otros que abran las puertas a los productos colombianos. Ahora bien, la firma de un tratado con otro país por sí solo, no garantiza a los productos colombianos ser competitivos en dicho mercado, haciendo necesario que el papel del gobierno no termine en la firma de un tratado, sino que deba generar el entorno para que se potencialicen las fortalezas de las regiones de cara a un TLC.

En este contexto, la aprobación definitiva por parte del parlamento Europeo del TLC entre Colombia y la Unión Europea, le abrirá una oportunidad a las regiones colombianas

de entrar a dicho mercado con facilidades que regiones de otros países no tienen. Este trabajo de grado titulado “Lineamientos para una política de desarrollo exportador en los Montes de María (Bolívar, Colombia): oportunidades y estrategias del agro frente al TLC de Colombia y la Unión Europea”, se presenta como una oportunidad para definir por medio de qué estrategias, los gobiernos central y descentralizado, pueden coordinar sus acciones en los Montes de María del departamento de Bolívar para potencializar el aprovechamiento de las oportunidades brindadas por el TLC entre Colombia y la Unión Europea a la vez que generar un acelerado desarrollo económico sub-regional.

2 DISEÑO DEL PROYECTO

2.1 Definición del problema

El gobierno central de Colombia ha adoptado como política la gestión aperturista de la economía del país en su Plan Nacional de Desarrollo “Prosperidad para todos 2010-2014” (Departamento Nacional de Planeación, 2010). Esta política señala la necesidad de realizar acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales con diferentes mercados y economías, enmarcados en una agenda de negociaciones comerciales que se mantiene desde el año 2009 (CSCE, 2009). En las bases del citado Plan Nacional de Desarrollo, se expresan las siguientes premisas de acción:

“Necesitamos abrir la economía a los mercados internacionales. Colombia es todavía en términos comparativos, una economía cerrada. Si bien en los últimos años el país ha avanzado en la negociación de tratados de libre comercio con otras economías, todavía hay mucho camino por recorrer. En este sentido, es necesario consolidar la inserción y relevancia internacional del país, para lo cual es clave implementar los TLCs con Canadá, EFTA, Estados Unidos y la Unión Europea, afianzar los vínculos con América Latina y el Caribe, desarrollar estrategias de inserción activa en el Asia-Pacífico, diversificar el relacionamiento en los escenarios multilaterales, destacando el ingreso a la OCDE y la APEC”
(Departamento Nacional de Planeación, 2010, pág. 507)

Estos tratados, que a la postre impactan casi indiscriminadamente a los sectores económicos, representan oportunidades para aquellos renglones productivos que se preparan para afrontar la apertura, y amenazas de desaparición para los que no tienen las condiciones.

Uno de los tratados que genera más expectativas es el de Colombia con la Unión Europea (UE). Actualmente la UE otorga acceso a productos colombianos bajo el sistema de preferencias unilateral, de carácter temporal, sin embargo en noviembre de 2010 se firmó el Tratado de Libre Comercio (TLC-UE) el cual se encuentra en espera de aprobación al interior del parlamento Europeo para dar inicio a la relación bilateral de manera permanente. Si bien las oportunidades de este mercado han permanecido vigentes por el sistema unilateral, aún el mercado europeo puede representar un destino con

mayores oportunidades para las exportaciones colombianas; en 2010 Colombia exportó US4.976 millones a la UE mientras que a EE.UU., su principal destino, exportó US16.918 millones (DANE, 2011).

Más allá de esta situación, los productos colombianos del sector primario deben competir con los de países tropicales, también beneficiarios de los sistemas de preferencia otorgados unilateralmente por la UE; estos países son Bolivia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Perú, Venezuela, Mongolia, Sri Lanka, Georgia y Moldavia (Mincomercio, 2010).

Teniendo en cuenta las condiciones de entornos competitivos como el que representa la UE y las decisiones de impulso a la apertura del gobierno nacional, con sus implicaciones para todos los sectores y regiones del país, se encuentra que las subregiones de Colombia dependientes del sector primario -como los Montes de María- deberán enfrentarse a las consecuencias prácticas de estas políticas, como lo son, mayor competencia, obstáculos técnicos al comercio, mayor exigencia de los mercados y nuevas tecnologías entre otras. Esto implica para sus empresarios y gobernantes locales un reto a su capacidad para aprovechar el potencial de la región.

Si bien existen oportunidades en el mercado de la UE, también se presenta ardua competencia. Estos dos factores resultan comunes a la realidad de todas las regiones de Colombia.

En la zona de los Montes de María del departamento de Bolívar se ejecutan diversos estudios y proyectos que promueven el desarrollo económico y social de esta subregión. Esto se debe a que la zona se ha constituido, ante la lucha del gobierno nacional contra los grupos al margen de la ley, en área de intervención para procesos de desarrollo de superación del conflicto, fenómeno que ha dejado hasta la fecha más de tres millones de desplazados en toda Colombia (UNHCR, 2011).

Proyectos como el fortalecimiento productivo de los apicultores de los Montes de María o el de la competitividad del plátano hartón, entre otros, han sido orientados al fomento del desarrollo técnico, social y financiero de la zona, de tal manera que los

recursos son destinados a capacitación, educación, subsidios a la producción, soporte técnico y acompañamientos a la producción.

Sin embargo, este esfuerzo notable del sector oficial requiere ser complementado con la mirada de la dimensión del comercio internacional, especialmente ante una realidad como el TLC Colombia-UE, pues se hace necesario sumarle a éste esfuerzo, el conocimiento y la perspectiva del mercado, así como políticas coordinadas, para ofrecer una visión de clase mundial a las proyecciones de la zona articulando de forma más favorable el flujo de comercio internacional. Más aún, considerando que el sector agroindustrial es uno de los pilares que constituyen las apuestas productivas seleccionadas por el departamento de Bolívar para potencializar los sistemas productivos y lograr la incorporación de la región en los mercados internacionales (Camara de Comercio de Cartagena, 2008).

El sector externo es entonces de vital importancia para el desarrollo económico de las regiones, puesto que a través de éste, los países logran vender el excedente de la oferta de productos nacionales (Linder, 1961), obtienen del exterior bienes que por estructura interna no pueden ser producidos, incorporan *Know-How*, y favorecen la entrada de capitales y el intercambio de factores de producción, entre otros beneficios, lo que en condiciones de autarquía no es posible e influyen directamente en el desarrollo regional.

La Unión Europea, por su parte, es una región reconocida como uno de los más grandes importadores mundiales; en 2009 atrajo el 17% de las importaciones del mundo. En esta región se presentan significativas oportunidades para los exportadores colombianos, pero a su vez, existe una amenaza latente que puede repercutir en la merma de la participación de la UE como destino de las exportaciones colombianas debido a las condiciones de rivalidad con otras economías productoras.

La UE, con un PIB de US 16,2 billones en 2010 y un PIB per cápita de US 32.838 (FMI, 2011), representa un mercado atractivo para los productos colombianos; como actor central de la economía mundial, la UE brindará trato preferencial con condiciones estables y de manera indefinida, sumado a la demanda significativa con alto poder adquisitivo. Este mercado presenta incentivos adicionales como políticas macroeconómicas estables a lo

largo de todo el territorio de la Unión Económica y Monetaria. Esto disminuye riesgos de inflación, altas tasas de interés, déficit público y fluctuación de la moneda, lo que motiva a cualquier empresario a penetrar dicho mercado¹. Por demás, la UE representa el segundo socio comercial de Colombia con US 4.700 millones en exportaciones y US5.100 millones en importaciones (DANE, 2009).

Considerando lo anterior, la problemática de investigación se centra en cómo orientar las potencialidades de la producción agrícola en la subregión de los Montes de María correspondiente al departamento de Bolívar, con el fin de materializar oportunidades como las que presenta el mercado de la UE bajo el marco establecido por el TLC, mediante una política subregional para el fomento de las exportaciones acorde al contexto de la región.

2.2 Objetivos

- Objetivo General

Proponer lineamientos para la implementación de políticas sub-regionales orientadas a la internacionalización de actividades productivas de la región Montes de María, ubicada en el departamento de Bolívar (Colombia), para el aprovechamiento de las oportunidades de negocios con la Unión Europea (UE), partiendo del potencial agro-productivo y las condiciones de acceso a este mercado.

- Objetivos específicos

Identificar mediante un diagnóstico del sector, las capacidades agro-productivas para la exportación en los Montes de María del departamento de Bolívar, buscando evaluar el potencial con miras a ser una región competitiva.

Evaluar las implicaciones desde el punto de vista de mercado del Tratado de Libre Comercio de Colombia con la UE para los productos con potencial exportador en los Montes de María de los municipios bolivarenses.

¹ A pesar de hechos recientes como la crisis económica que ha golpeado en mayor profundidad a países como Grecia, España o Portugal, el sistema político-económico de la UE tenderá a apoyar a estos países para superar la crisis y encarrillarlos hacia los niveles de estabilidad del resto de las naciones.

Proponer un conjunto de consideraciones que definan los fundamentos de una política sectorial que contribuya al desarrollo de la subregión bolivarense de los Montes de María, a partir de la identificación del potencial de la zona productora y el mercado de la UE.

2.3 Justificación

La subregión bolivarense de los Montes de María, conformada por siete municipios, ha sido particularmente golpeada por la violencia generada por los grupos al margen de la ley que actúan en esta parte de Colombia. De acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación (DNP) en su *Boletín de Cifras de Violencia* para los Montes de María (2010), el conflicto armado se ha manifestado mediante ataques terroristas, secuestros, extorsión, acciones subversivas, homicidios, masacres, accidentes con minas antipersonales y desplazamiento forzado.

El fenómeno de la violencia ha lesionado por largos años la economía y sus habitantes, llevando a altas tasas de desempleo, subutilización de la tierra y de otros recursos productivos, el desplazamiento de población activa y el debilitamiento institucional. En el 2011, el Informe de Desarrollo Humano para Colombia denuncia el fracaso del modelo de desarrollo rural (Agro Ingreso Seguro), entre otros factores, debido a la demora en la resolución del conflicto armado, inequidad, exclusión y al deterioro de la institucionalidad pública rural.

La Fundación Red de Desarrollo y Paz de los Montes de María en su diagnóstico de la región elaborado en 2011, ha identificado una profunda crisis agropecuaria en esta subregión, que no sólo deriva de la huella marcada por la violencia y el conflicto, sino que incluye limitaciones en la infraestructura productiva de la región, una pobre red de distribución de los productos, escasa responsabilidad institucional e inadecuado manejo del suelo reflejado en el inadecuado tratamiento para la recuperación y manejo del mismo (Fundación red de desarrollo y paz de los Montes de María, 2011).

En la actualidad, la subregión ha llamado la atención en el país como zona de intervención del llamado conflicto armado; actualmente se desarrollan proyectos económicos y sociales con el objetivo de avanzar en los indicadores de bienestar en esta parte del territorio colombiano. Para esta labor se han implementado mecanismos como el

Laboratorio de Paz III de la Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional (Acción Social), al cual convergen entidades como la Fundación Montes de María, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Observatorio de los Montes de María, la Red Montemariana y las demás asociaciones y redes internas de la sub-región que agrupan miembros de la sociedad civil.

Actualmente, se encuentran en curso proyectos de carácter social y cultural como: “El currículo en la construcción de una cultura de paz” en San Jacinto; “Fortalecimiento étnico, social, cultural y político en las comunidades afrocolombianas en 8 municipios de los Montes de María” o “Construcción de senderos y redes sociales para la restitución de los derechos de las comunidades víctimas de la violencia en los Montes de María” (PODEC, 2011).

Existen otros proyectos de carácter productivo como el llevado a cabo en San Jacinto, “Impulso a la producción agroforestal”; también se encuentran “Fortalecimiento de la competitividad del plátano hartón de los pequeños productores de María la Baja y San Juan Nepomuceno” y “El fortalecimiento de la cadena productiva del ajonjolí en el municipio de Córdoba” (PODEC, 2011), entre otros.

En este sentido, los Montes de María se reconocen por su potencial agrícola; de hecho, casi 50% de la población de esta zona en Bolívar reside por fuera de la cabecera municipal (en zona rural) (PNUD, 2003), lo que hace conveniente impulsar el desarrollo económico de la región, basado en las capacidades productivas del campo, agregando valor a la esencia del producto.

Más allá de esto, el Departamento de Bolívar debe enfrentar la problemática de la seguridad alimentaria, en el sentido de que no existe suficiente diversificación en la producción de alimentos en la región para lograr satisfacer todas las necesidades de consumo de la misma. Esto se evidencia en el coeficiente de autosuficiencia alimentaria, el cual muestra la relación entre la producción nacional y el consumo nacional dejando de manifiesto la necesidad de traer alimentos de otras regiones. Este coeficiente ha decaído en los últimos años de 0,93 en 2005 a 0,76 en 2008; lo cual se encuentra estrechamente

relacionado con la situación de pobreza en las diferentes subregiones del Departamento (Arrieta, Garcia, & Leviller, 2010).

En vista de que esta sub-región se encuentra en un proceso de recuperación, y que ya existen proyectos, entidades y recursos destinados a fortalecer el desarrollo tanto social como económico, cabe entonces preguntarse cómo lograr un ambiente de negocios capaz de empujar el sector agrícola de la región hacia los mercados internacionales, convirtiéndola a la vez, en despensa alimentaria y en potencia agroindustrial. Con esto, nace la premisa de identificar nuevas alternativas de mercado con perfiles exigentes, cuyos requerimientos, tanto en volumen como en calidad, prueben la capacidad de gestión del territorio, a la vez que ofrezcan posibilidades de sostenimiento en el largo plazo.

Con este perfil de mercado se encuentra la UE, como se señaló, uno de los mercados más atractivos del mundo por tamaño y poder adquisitivo, con el cual Colombia sostiene buenas relaciones políticas. Este mercado representa gran oportunidad para la subregión: Según el Ministerio de comercio, en el 2010, el 90% de las exportaciones de Colombia a la UE fueron de origen primario, convirtiéndolo en el segundo destino de las exportaciones colombianas después de E.U.; sin embargo, el porcentaje de las exportaciones nacionales a este mercado sigue siendo bajo en comparación con su principal destino.

El TLC entre Colombia y la UE viabiliza un mercado amplio, con mayor estabilidad normativa, puesto que las reglas de comercio ya están escritas y son permanentes, y no están supeditadas a las preferencias provenientes del llamado SGP Plus, revocables en cualquier momento.

La realización de este trabajo se justifica en el contexto de impulsar la discusión sobre el desarrollo de la subregión a partir de la explotación eficiente de sus recursos productivos y de la concepción de políticas subregionales ejecutables, para lo cual se hace necesario conocer las realidades del mercado y las condiciones de acceso al mismo que se darían a raíz de la ratificación del TLC-UE, máxime cuando existe una política gubernamental dirigida a fomentar la apertura hacia nuevos mercados, lo que impone retos a los sectores económicos nacionales y regionales.

En este sentido, es necesario mantener una visión del mercado que contraste la realidad de la producción doméstica con las implicaciones de la competencia mundial de bienes y servicios producidos localmente. Este trabajo se convierte en punto de partida para el reconocimiento de las oportunidades que deben tenerse en cuenta para la generación y coordinación de una política subregional de desarrollo exportador, en torno a las capacidades locales y las necesidades del mercado europeo.

2.4 Antecedentes

En relación al área de influencia del presente trabajo, así como la temática de política y desarrollo económico regional, oportunidades de apertura económica y formación de bloques de comercio se encontraron varios estudios que muestran diferentes perspectivas que brindan una base más profunda y concreta respecto a la región de los Montes de María de Bolívar y sus oportunidad de inserción en el mercado Europeo. Algunos estudios y/o propuestas son de carácter más general que otros, dentro de los cuales destacamos:

El Plan regional de competitividad de Cartagena y Bolívar 2008-2032 realizado por La Alcaldía de Cartagena y la Gobernación de Bolívar en conjunto con entidades gremiales y la Cámara de Comercio de Cartagena (2008), en el cual se ha definido entre las apuestas productivas del departamento a la agroindustria, como sector con el que se pretende mejorar las perspectivas de desarrollo de la región. Esta directriz no parte del gobierno local ni departamental sino desde el gobierno nacional puesto que el Departamento Nacional de Planeación en las Bases de Plan Nacional de Desarrollo de Colombia (2010) identificó como una de las “locomotoras” de desarrollo a la agroindustria, y se plantea, además de una agenda aperturista, una apuesta por una “ola agro” con la cual se pretende mejorar la explotación de los recursos naturales e impulsar el desarrollo rural del país.

Es importante saber que desde el gobierno central se está apostando por el sector agro para la consecución de competitividad, lo que de una u otra forma le da mayor importancia a la región de los Montes de María debido a su capacidad agrícola y le abre una oportunidad para lograr mayores niveles de desarrollo. Existen varios estudios que muestran como la región de los Montes de María puede alcanzar un mayor desarrollo siendo competitiva en el sector agro.

Edilbert Torreglosa en su investigación Seguridad alimentaria y nutricional, un reto ineludible para la zona Montes de María (2009) desarrolla un análisis de las implicaciones de la seguridad alimentaria en los Montes de María y sobre el potencial alimentario y agroindustrial de los vegetales nativos del Caribe Colombiano.

Seguidamente encontramos el estudio de la Finca Montemariana (2009) de Eusebio Sánchez donde se identifica algunas prácticas inadecuadas en las técnicas de producción agrícola de los Montes de María y propone el concepto de finca como alternativa para incorporar la disciplina de producción sostenible de manera integral y así convertir a la región Montemariana en la despensa alimentaria de toda la región Caribe.

También encontramos a Julio Amezquita y Francisco Maza con su Modelamiento de cadenas agroindustriales mediante simulación de redes (2007) proveyendo información de primera mano acerca del encadenamiento existente entre los actores principales del sector agricultor de los Montes de María y el papel primordial que dichos actores deben desempeñar para encaminar el desarrollo de este sector.

Más adelante encontramos a Walter Mejía con su trabajo de investigación Oportunidades y retos de la ZODES Montes de María frente al acuerdo de complementación económica suscrito entre Colombia y los países miembros del Mercosur (2010), quien realiza un análisis del TLC de Colombia con el grupo MERCOSUR, del cual se rescata la compilación de las capacidades productivas de los Montes de María y las oportunidades que se abren en ese bloque de comercio para los productos agrícolas que actualmente se producen en la región.

Si bien se presenta una oportunidad para la región Montemaria en cuanto a la mejora en su nivel de desarrollo, es bueno conocer acerca de los grados de desarrollo y como otras regiones lo han conseguido tomando como punto de referencia el sector agrícola.

Sergio Boisier en su artículo Desarrollo (local): ¿de qué estamos hablando (1999) explora los diferentes conceptos que se tienen del desarrollo, manifestando de una u otra forma su subjetividad y los grados o escalas en que el desarrollo puede darse en un territorio a través de la lógica de la dinámica inicial del desarrollo.

Leyendo a Bateman, Ros, & Taylor en su artículo *Did New Deal and World War II Public Capital Investments Facilitate a 'Big Push' in the American South?* (2009), encontramos un análisis detallado del proceso de industrialización del sur de los Estados Unidos de acuerdo a los factores que influyen en el desarrollo económico de acuerdo a la teoría del Big Push .

Imre Fertó en su investigación *Rural Development and Transition in Hungarian Agriculture. European Rural Development: Problems, Chances, Research* (2001) presenta la importancia del sector rural en el desarrollo económico basándose en la experiencia del gobierno Húngaro, el cual ha elaborado políticas inspiradas en el sector agricultor y ha basado su desarrollo en el mismo. Este documento muestra cómo ha sido todo el proceso de transición en que Hungría ha promovido el desarrollo teniendo como pilar el sector agricultor.

Otra exposición de Pisani, E., & Franceschitti, G. en su obra *Evolución del pensamiento económico agrario: de los agronegocios a la nueva ruralidad* (2010), presenta en sus diferentes trabajos cómo la ruralidad y los negocios agrícolas, antes que ser una referente del pasado, son una alternativa de desarrollo válida para cualquier tipo de economía, independientemente de su nivel de industrialización. Incluso, plantean que el paso de las economías hacia los sectores secundario y terciario no es la vía lógica de desarrollo cuando se tiene un gran potencial de explotación de la ruralidad de un país como sistema productivo

Cabe resaltar que basta con mirar lo que han hecho otras regiones debido a que cada región vive en un contexto diferente haciendo necesario adaptar las estrategias a dicho contexto por lo que se debe establecer estrategias y/o políticas propias para la región Montemariana.

La investigación realizada por el Distrito de Cartagena llamada *Política de inclusión productiva para la población en situación de pobreza y vulnerabilidad* (2009). Esta investigación deja de manifiesto la problemática del desarrollo y la inclusión en la ciudad de Cartagena desde una perspectiva multidimensional con el objetivo de elaborar una política que promueva el desarrollo de la población pobre y vulnerable de Cartagena.

David Delgado en su investigación Oportunidades comerciales del sector azucarero del Valle del Cauca frente a un tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá (2010) estudió las oportunidades del mercado de Canadá para los productos del sector azucarero del Valle del Cauca mediante la aplicación de los índices de Ventaja Comparativa Revelada, Balanza Comercial Relativa e Intensidad Importadora, dando como resultado unos productos prioritarios con mayores ventajas y oportunidades para ser exportados por esa región.

El estudio *Regional Strategies: The Pacific Islands and Japan* (1998) de Sandra Tarte identifica estrategias regionales partiendo de análisis del entorno que rodea la zona geográfica de Japón y buscando establecer aspectos concordantes de tal manera que sea posible generar una estrategia común para el beneficio del desarrollo de la región, aun estando separada físicamente como islas.

Por ultimo encontramos a José Lafauri en su libro *Posconflicto y Desarrollo: Inversiones sustitutivas de impuestos, Una propuesta de inclusión y desarrollo rural* (2006) planteando una política redistributiva en donde los recursos para el desarrollo se enfoquen en las zonas rurales. En un recorrido por los hechos que han llevado a Colombia a tener más de la mitad de la población en condiciones de pobreza, incluyendo el conflicto armado y la historia desde sus inicios, propone que el campo sea el objeto de inversión de manera integral para lograr un anhelado desarrollo económico y social del país.

2.5 Marco teórico

Para abordar la problemática de este trabajo, es necesario reconocer que existen diferentes perspectivas teóricas de las cuales es necesario obtener una aproximación. Estas constituyen puntos de vista o componentes, si se le quiere llamar, del problema. Desde una perspectiva general, como objeto de indagación, el problema se enmarca en el concepto de desarrollo económico regional, especialmente desde los modelos contemporáneos. Siguiendo a esto es necesario realizar un análisis considerando factores como la importancia del sector externo en la economía regional, las variables de la competitividad

regional y finalmente, enmarcar las posibles soluciones en forma de política económica, considerando sus objetivos e instrumentos.

Con el pasar de los años el comercio internacional se ha mantenido dentro de los elementos fundamentales para la consecución del crecimiento económico y desarrollo de la población. Así nos remontamos a la época del mercantilismo durante los siglos XVI, XVII y la primera mitad del XVIII donde la apropiación de riqueza representada en los metales preciosos era signo de poder por lo que los países buscaban diferentes mecanismos para promocionar las exportaciones y reprimir las importaciones, destacando el comercio como un juego de suma cero.

De acuerdo con Adam Smith (1776) el intercambio comercial estaba soportado en las ventajas absolutas. De esta forma Smith planteaba que el comercio era un juego suma-suma donde el beneficio de un país no suponía el malestar del otro sino que ambos se especializaban en lo que eran más eficientes. David Ricardo (1823) a diferencia de Smith, decía que podría haber comercio incluso si un país podía tener una ventaja absoluta en más de un bien dando paso al concepto de ventaja comparativa y centrándose más en los costes relativos. En este sentido el comercio depende del costo de oportunidad de fabricar un bien respecto a otros bienes fabricados en otros países.

Otros teóricos como Heckscher (1919) y Ohlin (1933) basaron sus postulados de acuerdo a la dotación de factores de producción. En este orden de ideas, plasmaron que los países obtienen una ventaja comparativa en el comercio internacional en aquellos bienes que hacen un mayor uso de los factores que son abundantes en dicho país. Sin embargo aparece Wassily Leontief con la llamada “Paradoja de Leontief (1953)”, manifestando que no necesariamente un país exportara aquellos bienes en lo que se use intensivamente el factor de mayor abundancia en dicha nación. Bajo el supuesto de que un país desarrollado exportara bienes intensivos en capital y un país en desarrollo bienes intensivos en mano de obra, Leontief se dio cuenta que Estados Unidos exportaba productos que eran intensivos en mano de obra y no en capital siendo Estados Unidos un país rico en capital.

Más adelante aparece Krugman (1991), manifestando que las naciones comercian internacionalmente para alcanzar cierto grado de perfeccionamiento en la producción, por

medio de la compra de aquellos bienes que en el medio local no pueden producir, para brindar a la población un abanico mayor de bienes y para ser más eficientes a través de la implementación de economías de escala, fabricando cierto tipo de bienes especializados y a un número mayor de clientes. Podemos valorar el comercio internacional como una pieza fundamental para el desarrollo de las regiones, lo cual se ha podido evidenciar en los llamados “Tigres Asiáticos” como lo son Hong Kong, Singapur, Corea del sur y Taiwán cuyos productos inundaron los mercados internacionales y en un país suramericano como lo es Chile cuya liberación comercial es bien conocida y ha sido el motor de su economía y un elemento primordial del desarrollo de sus empresas.

Por medio de una liberación relativamente rápida a través de una apertura al comercio mundial de manera unilateral, acuerdos bilaterales y su participación en la OMC, Chile ha aprovechado sus ventajas comparativas al estimular sus exportaciones y someter sus sectores económicos a la competencia mundial, lo que ha promovido la absorción de nuevas tecnologías, mejoras ostensibles en la calidad de sus productos en el mercado nacional así como los destinados a mercados extranjeros y la apertura de nuevos mercados. Esto se ve reflejado en el aumento del bienestar de la población traducido en una mayor variedad y mejores productos disponibles en el mercado nacional así como en precios, aumento del PIB, empleo e ingreso per cápita.

No está de más destacar a Staffan Linder (1961) quien identificó a la demanda local y las economías de escala como las causas del comercio. Su idea plantea que un país exporta aquellos bienes para los que existe una demanda local significativa y alcanza economías de escala. Así producirá para su demanda local y destinara parte de la producción a otros países con características similares.

Ahora bien, teniendo en cuenta la importancia del comercio internacional se hace necesario destacar el papel de los esquemas para lograr la competitividad de una nación como uno de los mecanismos por medio cuyos esfuerzos, es posible incrementar nuestra participación en el comercio internacional. La competitividad guarda cierta relación con el comercio, crecimiento económico de los países y por ende en el bienestar de la población por lo que su aplicación viene dándose desde hace muchos años, desde que intelectuales como Porter han exaltado la importancia de ser competitivos para que los países alcancen

el éxito en mercados internacionales y logren trasladarse a una posición de mayor bienestar. Basándonos en este autor encontramos que las ventajas competitivas de una región parten del llamado diamante de Porter donde se destacan cuatro elementos fundamentales que a continuación relacionamos:

- Condiciones de los factores de producción: Este elemento hace referencia a los factores de producción disponibles los cuales son necesarios para competir. Hablamos de Tierra, Capital y trabajo e inclusive podemos agregar el factor tecnológico. La dotación de estos factores de producción juegan un rol fundamental en la generación de ventajas competitivas sobre todo aquellos que han sido creados y no heredados
- Condiciones de la demanda: La demanda interna es fuente de ventaja competitiva en el momento que puede anticipar las necesidades de los clientes extranjeros a la vez que los compradores son exigentes ,obligando a las empresas a innovar, haciéndolas entrar en segmentos especializados lo cual puede ser percibido por clientes extranjeros. Al momento de cubrir toda la demanda local también se obliga a las empresas a la internacionalización.
- Sectores afines y auxiliares: Las industrias relacionadas a través de toda la cadena de producción pueden sacar provecho de las líneas de comunicación, información rápida y constante así como el intercambio de ideas innovadoras que pueden brindar un mejor posicionamiento frente a otras empresas.
- Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas: El ambiente influye en la manera como se crean, organizan y gestionan las empresas; en este sentido la competencia viene de la convergencia de los modos de dirección que buscan una ventaja; los objetivos y los valores de las empresas orientan el flujo de capital para buscar una ventaja y la rivalidad de las empresas da un estímulo a la innovación para no perder una posición privilegiada.

Estas son las cuatro aristas destacadas por Porter. Adicional a esto, cabe mencionar el papel del azar que hace referencia a los aspectos coyunturales del momento capaces de crear círculos virtuosos o viciosos e inclusive posiciones ventajosas sobre otros países y el

papel de los gobiernos para el establecimiento de un marco que permita una dinámica económica capaz de generar ventajas competitivas.

En este sentido se destacan elementos fundamentales para el análisis de la competitividad de una región como lo es la innovación; la cual es indispensable para la consecución de una ventaja competitiva sostenible; la ubicación que permite la obtención de ciertos factores diferenciadores que con el tiempo deben ser especializados; la cooportunidad, en donde las empresas deben cooperar para la resolución de problemas estructurales mientras que con la competencia se estimula la innovación y la mejora en los diferentes procesos, en este aspecto también podemos mencionar la formación de clúster; el recurso humano, el cual es indispensable para el incremento de la productividad de las regiones y por último destacamos el papel del gobierno que debe estabilizar políticas macroeconómicas e idear políticas que incentiven el desarrollo de la región. Este tipo de análisis permite establecer cuáles son las principales fortalezas de las regiones para penetrar otros mercados con una mayor probabilidad de éxito como se podría establecer para la zona de los Montes de María de Bolívar.

Con la globalización, se ha dado una mayor facilidad para acceder a los mercados en materia de innovación, telecomunicaciones y transporte, pero esto no garantiza el éxito en la penetración y/o consolidación de los mismos. El éxito en mercados internacionales, está relacionado con la generación y aparición (Pueden darse por circunstancias propias del mercado) de ventajas competitivas y/o comparativas de un país, la adopción de posturas exportadoras y de los patrones económicos que constantemente están cambiando.

La postura neoliberal promovida por el Consenso de Washington (1991) ha dado paso a que al interior de los gobiernos se generen estrategias para la intensificación del comercio internacional. La política económica se entiende como el compendio de elementos, documentos, declaraciones y sus instrumentos operativos que están orientados a generar desarrollo económico (Cuadrado, et al., 2006). Así, podemos decir que las políticas de desarrollo exportador son un proceso por medio del cual se dictaminan una serie de estrategias para aumentar el volumen de las exportaciones de un país y las ganancias provenientes de dicha actividad. Se caracteriza, por que los países utilizan instrumentos

comerciales para desarrollar vínculos con el exterior basándose en el desarrollo de las capacidades de cada sector de la economía.

Para abordar las cuestiones de política económica acudimos a Cuadrado et al. (2006), quienes con su labor de compilación realizan un esbozo que resulta práctico cuando se trata de ilustrar la determinación de objetivos, los procesos de elaboración e instrumentos de ejecución de políticas económicas. Estos autores manifiestan que existe un enfoque político positivo y normativo para la identificación de elementos necesarios para la formulación adecuada de tales políticas y caracterizar y tipificar los posibles instrumentos a proponer.

El enfoque positivo hace referencia a la formulación desde una perspectiva teórica, descriptiva, explicativa e indicativa. El Normativo pretende formularla de una manera prescriptiva, reglas y considerando juicios de valor. En este sentido, estos autores hacen una clasificación de políticas las cuales permiten establecer medidas a adoptar, alineadas a unos fines y con unos medios para su ejecución.

Tabla 1. Taxonomía de Políticas económicas

criterio	Tipología	Contenido básico	Ejemplo de actuaciones
Por su orientación básica	Políticas de ordenación	Mantener/modificar el marco económico	Defensa de la competencia.
	Políticas de proceso	Resolver problemas derivados del funcionamiento económico	Devaluación del tipo de cambio.
Según los instrumentos utilizados (Tinbergen)	Políticas cuantitativas	Ajustar o adaptar la situación económica a los cambios producidos	Modificación del tipo de interés básico del Banco Central.
	Políticas cualitativas	Introducir cambios estructurales sin afectar el marco económico	Reforma al sistema impositivo.
	Políticas de reformas fundamentales	Cambiar –Total o parcialmente- los fundamentos del sistema económico	Nacionalización del sector financiero. Privatización de empresas de servicios públicos.
De acuerdo con el nivel de actuación	Políticas macroeconómicas	Influenciar sobre determinados agregados macroeconómicos para conseguir ciertos objetivos	Incremento al gasto público.
	Políticas microeconómicas	Influir o alterar las decisiones individuales para modificar las asignaciones de recursos	Desgravación fiscal a la exportación de un sector productivo.

Criterio	Tipología	Contenido básico	Ejemplo de actuaciones
En función de su dimensión temporal	Políticas de largo plazo	Influir sobre determinadas variables económicas o conseguir objetivos en periodos de tiempo superiores a 8 años.	Programas globales de dotación de infraestructura. Programas educativos.
	Políticas de mediano plazo	Ídem para periodos de tiempo entre 4-5 años	Mejorar la dotación de infraestructura física en áreas desfavorecidas
	Políticas de corto plazo	Ídem para periodos de tiempo no superiores a 18-24 meses	Estímulos fiscales y crediticios para activar la demanda agregada

Fuente: Cuadrado Et al. (2006)

Dada esta configuración, con la aplicación de metodologías de análisis, que contemplen el uso de la información ya conocida de la región de los Montes de María de Bolívar y del mercado de la UE se genera una aproximación al planteamiento de políticas regionales referidas al desarrollo económico, el modelo aperturista y la perspectiva de análisis de competitividad regional.

El desarrollo económico, como proceso orientado a crear bienestar, genera particular interés para esta investigación en la medida en que los aportes desde los análisis que se planteen, contribuyan a mejorar las condiciones del ambiente económico y empresarial de la subregión en estudio.

Autores como Batres y Garcia-Calderón (2006) proponen, luego de revisar los procesos de desarrollo económico de diferentes economías del mundo, la puesta en práctica del “pentágono del desarrollo” que consiste en formular e incentivar cinco elementos: Visión, Estrategia, Procesos, Liderazgo y Capital Humano. Su tesis propone que las economías a nivel mundial que han trabajado en estos elementos, han logrado un desarrollo económico tal que se constituyen en ejemplos a seguir.

Por otra parte, se encuentra el modelo Big Push propuesto por Rosenstein-Rodan (1943, citado por Todaro (2009) y adaptado por Murphy, Shleifer y Vishny 1989, citados por Krugman, 1991), que es una de las aproximaciones de mejor aplicabilidad a las economías en vía de desarrollo como la colombiana. Es uno de los modelos en la literatura que presenta mayor acierto al adoptar una orientación aplicable al contexto latinoamericano aperturista, considerando que trabajos como el de Bateman, Ros, y Taylor

(2009) han logrado explicar cómo la aplicación de este modelo ha contribuido al desarrollo de zonas enfrentadas a retos similares a los latinoamericanos, como son la apertura económica, un historial de subdesarrollo e incluso un trasfondo político desarrollado en un contexto de conflicto; con éste, es posible incorporar una perspectiva de diagnóstico y generar una estrategia de crecimiento acorde a las posibilidades de la región.

Rosenstein-Rodan (1943) propuso un modelo basado en el fortalecimiento vertiginoso de sistemas de inversión, la industrialización y el fortalecimiento de la infraestructura disponible. A estos elementos, según Krugman (1991) se le debe incorporar el fortalecimiento de la complementariedad entre sectores económicos y la orientación a un mercado suficientemente amplio para acaparar la producción resultante de las inversiones realizadas y un sistema de fomento a estas inversiones. En este sentido, este modelo nos brinda una hoja de ruta basándose en elementos importantes para el desarrollo de la región de los Montes de María de Bolívar. Fortalecer elementos como inversión, industrialización e infraestructura nos puede llevar a un mayor grado de competitividad mayor para la penetración de mercados internacionales y la mejora del bienestar de la región.

Krugman destaca la necesidad de un mercado capaz de absorber toda la producción derivada de la inversión, industrialización y mejoras en la infraestructura. Esto obliga a pensar en la forma como la región Montemariana se integrara al mundo, haciendo necesario resaltar aquellas teorías que permitan a la región de los Montes de María de Bolívar integrarse a los mercados internacionales.

El concepto de integración según Tokatlian (1994) es un proceso más amplio, complejo y profundo entre dos o más naciones que implica una vinculación e interpretación social, política, económica, cultural, científica, diplomática o incluso militar de enormes proporciones y con un papel dinámico y protagónico de varios agentes de las sociedades involucradas.

Por otro lado, los académicos de la integración han establecido una serie de elementos para clasificar los niveles de integración según sus objetivos. Franco y Robles la dividen la integración en tres tipos: económica, política y social (Franco, 1995). En este orden de ideas la integración se da en los siguientes niveles:

- Integración comercial
 - Zona de preferencias: Forma elemental e imperfecta de integración. Se conceden desgravaciones arancelarias para unos productos y en porcentajes variables. Ejemplo: Acuerdos alcance parcial entre dos o más países miembros (ALADI).
 - Zona de libre comercio (TLC): Integran y/o reducen a cero tarifas entre sí, pero cada uno conserva tarifas distintas respecto a importaciones extrazona. Ejemplo: Acuerdo de libre comercio Colombia – Chile, con EEUU y UE.
 - Unión aduanera: Cuando además de liberar comercio recíproco, los países deciden igualar tarifas que ponen a importación extrazona en tarifa o arancel externo común. Ejemplos: CAN, Mercosur, SICA y CARICOM.
- Integración de factores
 - Mercado común: cuando además de libre circulación de bienes y tarifa externa común, existe libre circulación de factores de la producción: trabajo y capital. Hoy se agregan los servicios. Ejemplos: Integración europea primera etapa (mercado común tratado de roma). Parcialmente CAN, Mercosur, SICA y CARICOM.
- Integración de políticas
 - Comunidad económica: Cuando además de tarifa externa común y libre circulación de factores, países coordinan políticas económicas. Por ejemplo cambiaria y fiscal. Ejemplo: Mercado único europeo a partir enero 1993.
 - Unión económica y monetaria: Última etapa orientada a homogenizar principales indicadores macroeconómicos, respecto a inflación, déficit presupuestal, tasas de interés y manejo monetario único con moneda común. Ejemplo: Unión económica, monetaria y política europea.

Teniendo en cuenta a Franco, la integración económica es un proceso mediante el cual dos o más Estados construyen zonas de libre comercio, uniones aduaneras, mercado común y uniones económicas e integración total” (Franco, 1995). En el aspecto de la integración, la zona de los Montes de María de Bolívar depende de las directrices impartidas del gobierno Colombiano el cual se ha trazado unas metas claras para la inserción en mercados internacionales no solo a través de la firma de tratados de libre comercio sino también por medio de la mejora en la competitividad de la regiones.

En lo que se refiere a la aplicación del modelo de desarrollo económico mediante la recomendación de políticas económicas, cabe señalar que es importante considerar las particularidades del sector que concierne a este trabajo, la producción agrícola y agroindustrial. Sobre este particular se encuentra documentado el trabajo de Amézquita, Vergara y Maza (2007), quienes valiéndose de planteamientos de la disciplina de administración logística de autores como Forrester (1995) y Wyatt (2005), incorporan una aproximación de los flujos de suministro de productos agrícolas provenientes del Departamento de Bolívar en Colombia.

Con esta aproximación se establecen las relaciones entre los diferentes agentes de la cadena desde el punto de vista de la logística. De esta manera se identifica como los productores se relacionan tanto con mayoristas, minorista y transformadores, a la vez que mantienen relaciones de dependencia/influencia de factores como el suministro de equipos, herramientas, transporte, materias primas y tecnología especializada; dependen de la disponibilidad de terrenos cultivables, del medio ambiente y de la capacidad de financiamiento del sector.

Adicionalmente, en su esfuerzo por identificar los efectos ambientales que implica el ciclo de vida de los productos agrícolas, el Centro para la Promoción de importaciones desde países en vía de desarrollo de la UE- CBI (2009), identifica las diferentes actividades de su producción y los insumos involucrados (que representan agentes en la cadena productiva) como se muestra a continuación:

Tabla 2. Actividades e insumos de la producción agrícola

Actividad	Insumo
Preparación de terreno	Químicos (Ej: bromuro metilo); Maquinaria agrícola
Siembra y plantación	Semillas y plantas
Fertilización	Químicos y fertilizantes
Irigación	Agua y sistemas de irrigación
Protección de cultivos	Pesticidas
Cosecha	Maquinaria de cosecha
Almacenamiento y maduración	Químicos (bromuro de metilo, fosfina y cloruros orgánicos) Agua
Empaque	Materiales de empaquetadura (papel, plásticos, etc)
Transporte	Medios de transporte (terrestre, aéreo, marítimo, fluvial etc)

Fuente: CBI

Con estos factores identificados de igual manera es posible establecer los objetos de política a intervenir, para lograr el impulso de las exportaciones como factor decisivo en el éxito del modelo Big Push.

2.6 Metodología

2.6.1 Tipo de Investigación

El presente trabajo se clasifica como una investigación de tipo analítica con la que se determinan las fortalezas agro-productivas de los Montes de María y sus oportunidades en el mercado de la Unión Europea a raíz del TLC, identificando una posible política subregional que potencialice las fortalezas del sector y mitigue las adversidades del contexto.

2.6.2 Recolección de datos

Información secundaria: Esta investigación cuenta con fuentes secundarias como lo son investigaciones realizadas anteriormente, libros, páginas web y toda serie de documentos que brinden información acerca de los temas a tratar. Las fuentes principales para abordar este trabajo son las siguientes:

- Base de datos de la Food and Agriculture Organization of the United Nations – FAO
- Consenso Agropecuario de la Secretaria de Agricultura de Bolívar
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas –DANE
- Sistema de Estadístico de Comercio Exterior –SIEX– de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN.
- Publicaciones de la FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations)
- Publicaciones del CBI (Center for the promotion of Imports from developing countries)
- Informes del Ministerio de comercio, industria y turismo (Mincomercio)
- Publicaciones del Departamento Nacional de Planeación de Colombia – DNP
- Publicaciones de la Universidad de Cartagena

- Publicaciones de la Universidad Tecnológica de Bolívar
- Publicaciones de la Cámara de Comercio de Cartagena
- Publicaciones de Observatorio de los Montes de María
- Publicaciones de las demás entidades relacionadas con estudios y proyectos en desarrollo para el apoyo a la subregión.

2.6.3 Técnicas de procesamiento de datos

Siguiendo la metodología propuesta por Cuadrado et al. (2006), la cual involucra los tres elementos de análisis señalados en el proceso de formular una política económica para una región, se procesará la información de la siguiente manera:

Análisis PEST. Parte de la descripción de las características de la zona mediante revisión de los rasgos competitivos en cuanto a factores productivos, características de la estructura de la industria sub-regional. Este paso implica la realización de un análisis de contexto mediante la metodología PEST (Político-Económico-Social-Tecnológico), el cual agrupa el análisis de los factores del macro-ambiente que afectan las decisiones de organizaciones y en consecuencia afectan el éxito o fracaso de las estrategias planteadas para lograr sus objetivos. Es así que resulta pertinente considerarlo dentro del proceso de formulación de políticas para la exportación si se quiere realizar una formulación acertada considerando las influencias del entorno (Gillespie, 2007).

Loa anterior se complementa con la descripción del mercado de la UE, las condiciones de acceso y el flujo de comercio mediante consulta de fuentes secundarias y análisis estadísticos de bases de datos descargadas del portal estadístico de la FAO. Este paso implica en primera media la aplicación de la metodología de análisis PEST, pero en este caso orientada sobre el mercado seleccionado y con miras a la identificación de las oportunidades de mercado que ofrece la UE para los productores locales. Finalmente se describen las condiciones del Tratado de Libre Comercio de Colombia con la UE y se describen las implicaciones del mismo, de manera que se incorporen al PEST.

Índices de competitividad. Seguido a lo anterior se identifican las condiciones del mercado en donde se aplica la metodología de Índice de Ventaja Competitiva Revelada

(IVCR) introducido por Balassa (1965) con el que se determinan aquellos productos que tienen una mejor posición de potencial de comercialización internacional.

Igualmente se aplica el Índice de Balanza Comercial Relativa (IBCR) que identifica ventajas competitivas ganadas en el comercio internacional; y el Índice de Intensidad Importadora (III) que determina la “especialización” de una región en la importación un producto en relación con el resto del mundo. Estos índices han sido aplicados por Arias (2010) para determinar oportunidades comerciales entre la región del Valle del Cauca y Canadá y se considera que prestan un significativo acercamiento en el objetivo de determinar oportunidades de productos en el mercado destino.

Cálculo de IVCR. Se realiza aplicando la siguiente fórmula: $IVCR_{ij} = \frac{\frac{X_{ij}}{X_i}}{\frac{X_{wj}}{X_w}}$

$IVCR_{ij}$: Es el índice de Ventaja Comparativa Revelada del país i para el producto j

X_{ij} : Es el valor de las exportaciones del país i del producto j .

X_{wj} : Es el valor de las exportaciones mundiales del producto j .

X_i : Es el valor de las exportaciones total del país i .

X_w : Es el valor de las exportaciones totales mundiales.

Cuando el resultado es mayor que 1, se interpreta que el país tiene una ventaja comparativa, ya que proporcionalmente exporta más de ese bien que el resto del mundo. Y cuando resulta menor que 1, se interpreta que el país tiene una desventaja comparativa, ya que proporcionalmente exporta menos que el resto del mundo.

Cálculo del IBCR. Se realiza aplicando la siguiente fórmula: $IBCR_{ij} = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$

$IBCR_{ij}$: Es el índice de Balanza Comercial Relativa del país j para el sector i .

X_{ij} : Son las exportaciones del país j del bien i .

M_{ij} : Son las Importaciones del país j del bien i .

El resultado del IBCR se ubica entre -1 y 1. Cuando el indicador resulta mayor que 0 se interpretan que el producto es competitivo, y al contrario, cuando resulta menor que 0, se interpreta que la región o país no es competitivo en su producción. Lo anterior con el supuesto base de que un país importador carece de ventajas competitivas frente a otras regiones mientras que a los exportadores se les atribuye tener dichas ventajas.

Cálculo del III. Se realiza aplicando la siguiente fórmula:
$$III = \frac{\frac{mbj}{Mbt}}{\frac{mwj}{Mwt}}$$

mbj: Es el valor de las importaciones del país b del producto j.

Mbt: Es el valor de las importaciones totales del país b.

mwj: Es el valores de las importaciones mundiales del producto j.

Mwt: Es el valor de las importaciones mundiales totales.

Cuando el resultado del III es mayor a 1, se interpreta que el país b se especializa en la importación del bien j debido a que relativamente importa más de lo que el resto del mundo comercializa.

Análisis de competitividad. Consiste en la compilación de lo anterior en un análisis de los hechos con la metodología de diagnóstico estratégico de Porter derivado del análisis PEST (Político-Económico-Social-Tecnológico y de la utilización de los indicadores de competitividad. Esto desemboca en un análisis DOFA (Debilidades-Oportunidades-Fortalezas-Amenazas) del cual se identifican los posibles lineamientos estratégicos para el logro de los objetivos.

Formulación de lineamientos estratégicos. Elaboración de estrategias derivadas de lo anterior, cruzadas con las tipologías de política económica y las recomendaciones lógicas derivadas.

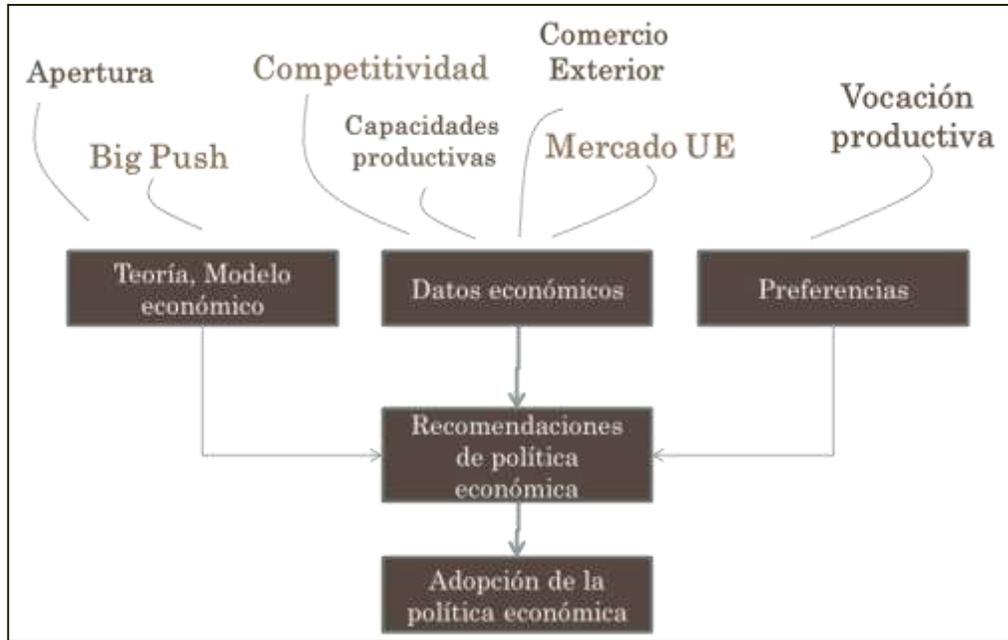


Ilustración 1. Metodología para elaboración de política económica

Fuente: Adaptado de Cuadrado et al. (2006)

3 LAS CAPACIDADES DE LOS MONTES DE MARÍA

En este capítulo se aborda el primer objetivo de este trabajo, en el cual se busca realizar un diagnóstico para evaluar las capacidades agro-productivas de cara a las posibilidades de exportación en los Montes de María del departamento de Bolívar.

3.1 Contexto de la región

3.1.1 Contexto Político

Aspectos Generales. La región de los Montes de María en general incluye 15 municipios de los Departamentos de Bolívar y Sucre, de los cuales, para efectos del presente trabajo, se estarán estudiando los 7 municipios que corresponden a la Zona de Desarrollo Económico y Social – Zodes del Departamento de Bolívar. La Zodes es un concepto de sub-regionalización territorial aplicado por la Gobernación del Departamento de Bolívar para establecer políticas dedicadas que respondan a las características económicas y sociales particulares de cada sub-región (Gobernación de Bolívar, 2001). Estos municipios, como se ve en la siguiente ilustración son María la Baja, San Juan Nepomuceno, El Guamo, San Jacinto, Zambrano, El Carmen de Bolívar y Córdoba.



Ilustración 2. Zodes Montes de María

Cabe aclarar que las Zodes son solo un instrumento para articular esfuerzos y agrupar subregiones para mejorar las políticas aplicadas de acuerdo a la vocación productiva y las condiciones socio-económicas, sin embargo los municipios conservan su grado de descentralización tanto de la Gobernación del Departamento como del Gobierno Nacional.

Instituciones. Con el transcurrir de los años, esta región se ha encontrado con infinidad de situaciones complejas que han afectado el bienestar de la población. Problemas, sociales, económicos y políticos hacen parte de la trágica historia de esta región.

Existen instituciones con muy poca capacidad de gestión y de direccionamiento estratégico para guiar a estos municipios hacia el desarrollo. Alcaldía, Gobernación y demás instituciones estatales se quedan cortos en su hacer, para asumir el reto que implica sacar esta zona adelante teniendo en cuenta que es un zona históricamente azotada por el conflicto. A continuación se muestra el resultado de la evaluación de desempeño institucional realizada por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) en el 2008 a la zona de los Montes de María:

Tabla 3. Evaluación de desempeño institucional para los Montes de María

Municipios	Eficacia		Eficiencia		Índice Gestión		Requisitos Legales		Capacidad Administrativa		Desempeño Fiscal		Posición a escala Nacional		Índice Integral	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
SAN JUAN	95.9	85.0	7.73	15.0	49.2	60.1	93.9	89.7	39.0	67.3 ok	59.4	52.9	503	544	MEDIO	MEDIO
EL GUAMO	95.4	0	22.2	25.2	36.3	58.3	77.7	97.1	18.4	64.0	54.3	52.6	605	864	BAJO	BAJO
ZAMBRANO	70.5	0	29.8	33.0	44.6	49.9	62.7	92.1	32.9	37.3	56.3	62.5	715	890	BAJO	BAJO
CORDOBA	56.9	0	20.5	30.1	41.3	50.2	86.1	84.6	23.3	42.6	59.3	57.7	728	936	BAJO	BAJO
CARMEN DE BOLIVAR	0	0	27.3	28.1	26.7	27.7	73.2	72.0	0	5.58	53.4	49.9	1.037	1047	CRITICO	CRITICO
SAN JACINTO	0	0	24.5	39.2	20.5	57.4	33.1	81.6	3.3	56.9	37.7	58.0	1.082	875	CRITICO	BAJO
MARIA LA BAJA	0	0	24.1	39.9	3.6	43.6	0	85.3	7.2	51.8	0	35.3	1.094	923	CRITICO	BAJO

Fuente: DNP, 2009

En el análisis del 2008, hay una leve mejoría, expresada en que dos municipios pasan de crítico a bajo, el cual sigue siendo un estándar precario en materia de gestión pública. En la región, es indudable que los componentes de eficiencia, eficacia y capacidad

administrativa son los que presentan mayores problemas en el reporte de la información y son los más críticos; mientras que para los componentes de desempeño fiscal y cumplimiento de requisitos legales existe información para casi todos los municipios de la región (UdeC-IIEC, 2009).

En general la calificación para los municipios de un año a otro mejoro, pero no lo suficiente para que todos los municipios salieran del estado crítico, ni para que todos se ubicaran en el estado medio en adelante. Es de aplaudir lo que ha venido haciendo San Juan Nepomuceno, el cual es el único municipio ubicado en la calificación media tanto en el año 2007 como en el 2008, y lo hecho por San Jacinto y María La Baja quienes lograron avanzar un escalón. Aun así, esta evaluación pone en evidencia la fragilidad institucional en la región de los Montes de María de Bolívar en aras de llevar a cabo los planes de desarrollo territoriales.

Es de resaltar que los Montes de María han recibido ayuda de gobiernos e instituciones internacionales para solucionar los problemas existentes, pero este proceso no ha sido soportado por un buen desempeño institucional, lo que limita seriamente la capacidad de acción ante los problemas que presenta la región Montemariana. La Unión Europea, el PUND, entre otros, no han escatimado esfuerzo para ayudar al territorio, pero esta ayuda se queda corta si las instituciones locales no toman partido del proceso de recuperar este territorio.

3.1.2 Contexto Económico.

Las principales actividades de producción en los Montes de María son la ganadería, la agricultura, actividades de extracción que se refieren a la tala de bosques para la producción de madera y carbón, la extracción de materiales de arrastre de los arroyos para construcción así como la producción de artesanías, pero las principales actividades son la ganadería y la agricultura (Corporación para el Desarrollo de las Microempresas, 2008).

En la región de Los Montes de María siempre ha existido la dicotomía en el uso del suelo, de hecho, existe una supremacía de la actividad ganadera sobre la agrícola en la región, tanto en Bolívar como en Sucre y en general a nivel nacional. En efecto, de acuerdo al último Informe de Desarrollo Humano del PNUD, a nivel nacional la superficie

dedicada a actividades agrícolas y silvoagrícolas asciende a 4,9 millones de hectáreas, aunque se estima que 21,5 millones cuentan con aptitud agrícola; es decir, solo el 22,7% de la superficie con vocación agrícola es utilizada para el establecimiento de cultivos. En tanto, lo contrario sucede con la actividad ganadera que dedica 39,2 millones de hectáreas para mantener el hato, mientras que solo el 53,8% del área utilizada cuenta con aptitud para desarrollar esta actividad (PUND, 2011)

Es importante mencionar que por cada hectárea usada, la agricultura agrega 1,4 millones a la economía mientras que la actividad pecuaria apenas genera 118 mil pesos por hectárea (UNAL-CGR, 2007).

Tabla 4. Uso del suelo montes de maría

Área ocupada	2005		2007		2008		Crecimiento:2005-2008
	Has	%	Has	%	Has	%	%
Agricultura	79.323	12	81.075	13	82.021	12,7	3,4
Pasturas	293.423	45	350.567	54	350.721	54,2	19,5
Otros usos	273.854	42	214.958	33	213.858	33,1	-21,9
TOTAL	646.600	100	646.600	100	646.600	1,000	0

Fuente: Consensos Agropecuarios Departamento Bolívar y Sucre 2008.

Podemos ver que la mayor parte de la tierra en el periodo comprendido entre el 2005 y 2008 se utilizaba para la ganadería, mientras que un porcentaje muy bajo se utilizaba en la agricultura. El aumento de las hectáreas dedicadas a la agricultura y ganadería, con mayor aumento de la parte ganadera, se da por la disminución del 21,9% de las áreas dedicadas a otros usos. Este escenario es alarmante porque si se continúa con esta tendencia con el pasar de algunos años la actividad ganadera puede consolidarse en el resto de tierras dedicadas a otros usos impactando negativamente en el desarrollo agrícola.

En el transcurrir de este periodo las pasturas aumentaron en un 19,5% mientras que el área dedicada a la agricultura solo el 3,4% pasando de 79.323 en el 2005 a 82.021 en el 2008. La región de los Montes de María ha presentado ciertos cambios en su estructura productiva, lo que va muy de la mano con las directrices del gobierno, las ayudas internacionales y el conflicto armado.

La sobreutilización del suelo en la actividad ganadera es un problema nacional que limita el desarrollo rural, afectando la generación de empleo e ingresos así como el medio ambiente. Este conflicto del uso del suelo, al dedicar mayores áreas a la ganadería extensiva, trae como consecuencia una menor generación de empleos permanentes en el campo, ya que este tipo de ganadería (ceba y doble propósito) son los que menor empleo generan en el país, por cada 111 hectáreas la ganadería genera 7 empleos mientras que la agricultura genera con 9 hectáreas 15 empleos (Puello, 2011).

Así las cosas, existe una disyuntiva en cuanto a la asignación de recursos. Si bien existe un factor abundante (tierra) el cual es mayormente utilizado en la actividad ganadera, la asignación que se le da al mismo no es correcta, puesto que por cada hectárea dedicada a la ganadería se genera menos empleo (7 empleos por cada 111 hectáreas) e ingresos (118mil por hectárea) que la agricultura (15 empleos por cada 9 hectáreas y 1.4 millones por hectárea). Esto implica un mayor costo de oportunidad para la ganadería respecto a la agricultura por lo que ciñéndonos a la teoría de Ricardo, los Montes de María de Bolívar debería especializarse en la actividad Agro.

La subutilización de los suelos en agricultura y su sobreutilización en ganadería son fenómenos indicativos del uso inadecuado del suelo que introducen factores de ineficiencia económica y social, y que además originan conflictos por la tierra, pues la ganadería concentra de manera extensiva suelos aptos para la agricultura, cerrando posibilidades y opciones para la pequeña y mediana propiedad. Colombia es uno de los pocos países de América Latina, además de Brasil, que dispone aún de tierras para expandir la producción agrícola de manera significativa, y por tanto tiene allí un potencial productivo y de generación de empleo que necesita planificar para aprovechar mejor (PUND, 2011)

El factor tierra abunda en el territorio colombiano; basándonos en el teorema de Hecksclter y Ohlin, si se le asigna mayor parte de este recurso a la actividad agrícola, conseguiríamos una ventaja comparativa en esta actividad frente a otros países agrícolas con grandes limitaciones en este factor, siempre y cuando le demos un mayor grado de importancia a este sector dentro de la economía colombiana.

La actividad ganadera a nivel nacional viene desde hace mucho tiempo y ha sido motivada históricamente por el mismo gobierno a través de sus políticas, permitiendo que la tierra sea un bien especulativo que sumado a la baja tributación predial y sin necesidad de un alto valor productivo le generan grandes rentas al ganadero.

3.1.3 Contexto Social.

Población. Para el año 2010 según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) se estimaba alrededor de 203.653 personas habitando la región de los Montes de María de Bolívar, lo cual era equivalente al 10.28% del total del departamento de Bolívar (Mejía, 2010).

Con el censo de 2005 efectuado por el DANE, se identificaron 199.503 personas viviendo en la región Bolivarenses de los Montes de María, ayudando a la elaboración de proyecciones poblacionales como se indica a continuación:

Tabla 5. Población de los Montes de María

Municipio	2005	2012 *	2020*
Córdoba	13,113	12,573	12,207
El Carmen de Bolívar	67,952	72,650	79,606
El Guamo	7,826	7,751	7,761
María La Baja	45,395	47,089	49,774
San Jacinto	21,593	21,469	21,658
San Juan Nepomuceno	32,514	33,122	34,110
Zambrano	11,110	11,383	11,989
TOTAL	199,503	206,037	217,105

Fuente: DANE

El municipio de El Carmen de Bolívar, era el más poblado con el 34% de la población, seguido de María La Baja con el 23% y luego San Juan con el 16% en el año 2005. Se espera que la población aumente en un total del 3.3% para el 2012 y del 2012 al 2020 en un total del 5%, llegando a 217.105 personas viviendo en los municipios bolivarenses que hacen parte de los Montes de María. Como en la mayor parte de la Región Caribe colombiana, en los Montes de María también coincide multiplicidad de razas, dándole al departamento de Bolívar toda una diversidad multiétnica y multicultural que trascienden en las costumbres de la región.

NBI (Necesidades Básicas Insatisfechas). Esta región ha sido duramente golpeada por el conflicto armado librado en Colombia, retrasando su crecimiento económico y la capacidad para aumentar el bienestar de la población, tanto así que abunda la pobreza.

Tabla 6. NBI según municipio a diciembre de 2008.

MUNICIPIO	Total Prop (%)
Córdoba	70.2
Carmen de Bolívar	93.4
El Guamo	59.1
María la Baja	59.9
San Jacinto	94.3
San Juan Nepomuceno	67.8
Zambrano	55.9

Fuente: DANE

San Jacinto y El Carmen de Bolívar, presentan la proporción más alta de pobreza según el índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI). El problema en gran parte reside en el déficit de soberanía y limitada gobernabilidad (más de 80 acciones armadas, coerción y clientelismo armado), posicionamiento de los actores armados, precariedad institucional, expresada en la debilidad de la gestión pública, alto déficit fiscal, ausencia de planeación estratégica, y bajo desarrollo organizacional (Sebá & Llanos, 2010). Resulta preocupante, pues la proporción es altísima en todos los municipios, ninguna baja del 50%, siendo esto, una de las consecuencias del conflicto y de la mala gestión que se ha realizado en la región.

También encontramos que según cálculos de la Mesep-Dane Geih, para 2009 el 57,4% de los bolivarenses eran pobres, mientras que el 22,2% se encontraban por debajo de la línea de indigencia (PNUD; UNFPA, 2011). Este alto índice de pobreza está ligado a la a la baja capacidad de generación de ingresos de esta región.

Según el Censo de 2005 la población que se encontraba debajo de la línea de pobreza era del 52.9% y el 13.3 % era indigente, además, la vivienda y los servicios públicos presentaban un panorama precario. El PNUD indica que para el 2006, el número de viviendas que tenían los tres servicios completos (Agua, energía y alcantarillado), alcanzaban solamente el 12.8 % de las 68.162 viviendas existentes en el territorio, lo que

muestra claramente que las condiciones de vida en el departamento han empeorado. En el caso de la vivienda, es sabido que una de las formas en que los grupos armados intimidaban era por medio de la destrucción de casas, llevando a que la infraestructura de vivienda todavía se encuentre afectada. Esto ha obligado a la población a vivir en estado de hacinamiento y al no tener un ingreso significativo se ve imposibilitada para salir de esta situación

Educación. La educación es otro punto frágil de los Montes de María, pues el porcentaje de la población que no tiene estudios es alto. A continuación se relaciona el número de personas matriculadas en educación básica primaria y secundaria para el año 2008 y 2009:

Tabla 7. Personas Matriculadas en Educación Primaria y Secundaria

Municipio	2008	2009
Córdoba	4.596,00	5.161,00
El Carmen de bolívar	19.931,00	20.023,00
El Guamo	1.780,00	1.636,00
María la Baja	15.349,00	15.920,00
San Jacinto	6.673,00	6.855,00
San Juan Nepomuceno	12.202,00	12.303,00
Zambrano	3.343,00	4.064,00
Total	63.874,00	65.962,00

Fuente: Ministerio de Educación Nacional de Colombia

La tabla anterior muestra que del año 2008 al 2009 aumentó la población total matriculada en un 3.27%, en donde la población del Guamo fue la única donde hubo disminución, lo cual es positivo, sin embargo, al hacer la comparación del año 2009 con la población registrada en el 2005 o la proyectada para el 2012 o 2020, encontramos que el porcentaje de personas matriculadas por cada municipio no sobrepasa el 43%, lo que deja de manifiesto el bajo nivel educativo de la población Montemariana del departamento Bolívarense.

Tabla 8. Porcentaje Personas en Educación Primaria y Secundaria

Municipio	2005	2012	2020
Córdoba	39,36%	41,05%	42,28%
El Carmen de Bolívar	29,47%	27,56%	25,15%
El Guamo	20,90%	21,11%	21,08%
María la Baja	35,07%	33,81%	31,98%
San Jacinto	31,75%	31,93%	31,65%
San Juan Nepomuceno	37,84%	37,14%	36,07%
Zambrano	36,58%	35,70%	33,90%

Fuente: Ministerio de Educación Nacional de Colombia

Si miramos el estado de la educación superior en el departamento de Bolívar, a nivel general encontramos que en los últimos años existe un porcentaje muy bajo de estudiantes realizando estudios de Doctorado y Maestría, incluso especialización, sin embargo por el lado de Técnica Profesional y carreras Tecnológicas existe un número considerable de estudiantes lo cual puede ser muy beneficioso para impulsar el desarrollo de la región Montemariana teniendo en cuenta las necesidades de mano de obra técnica que requiere la región.

Tabla 9. Número de Personas en Educación Superior (Bolívar)

Año	Doctorado	Especialización	Maestría	Técnica profesional	Tecnológica	Universitaria	Total
2007	1.433	41.204	14.390	206.791	186.789	910.541	1.361.148
2008	1.546	46.349	16.617	224.024	239.798	963.960	1.492.294
2009	1.807	57.685	19.660	185.826	315.311	1.005.006	1.585.295

Fuente: Ministerio de Educación Nacional de Colombia

Desempleo. El desempleo en el departamento de Bolívar se ha comportado como indica la tabla a continuación:

Tabla 10. Cálculo del desempleo en Bolívar

Año	Tasa de Desempleo (%)	Tasa de subempleo (%)
2005	10,1	25,6
2006	11,4	33,6
2007	11,9	31,4
2008	10,3	20,0
2009	10,1	23,8
2010	8,1	26,3

Fuente: DANE

Del año 2005 al 2007 la tendencia del desempleo en el departamento de Bolívar fue al alza, paso de una tasa del 10.1% en el 2005 a 11.9% en el 2007. A partir del 2007 ha venido a la baja, llegando a un 8.1% en el año 2010. Las cifras de subempleo en la región son significativas, donde encontramos la más alta registrada en el año 2006 con un 33.6% y la más baja en el año 2008 con un 20%. Las mejoras en cuanto a desempleo en el departamento de Bolívar son notables aunque todavía son cifras significativas sobre todo en el nivel de subempleo haciendo necesario seguir trabajando en la generación de empleo por parte de las empresas ya establecidas y por los nuevos emprendedores.

Conflicto y Desplazamiento. Es notable que la violencia asociada al conflicto armado esté presentando cambios, sobre todo en los actores y en la forma como se ha venido dando a lo largo del tiempo, sin embargo, existe una reducción en su intensidad. Se ha disminuido la presencia de las autodefensas y guerrilla, pero se afianzan las bandas emergentes que están inundando la región de homicidios.

La política de seguridad democrática llevada a cabo por el gobierno anterior, ha recuperado en cierto grado la soberanía de la región Montemariana pero se ha quedado corta en cuanto a su capacidad para responder a las bandas emergentes. La presencia de estas bandas emergentes como los paisas y los urabeños en los municipios del departamento de Bolívar empiezan a preocupar a las autoridades judiciales del país, sin embargo, el número de homicidios ha ido disminuyendo:

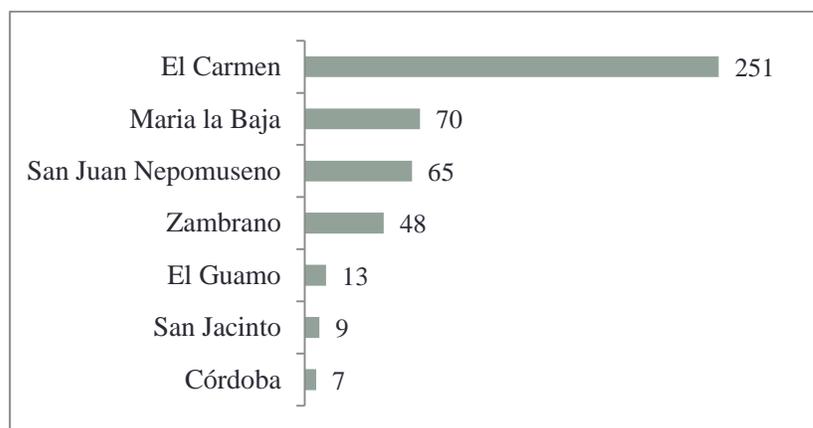


Gráfico 1. Homicidios en la región de los Montes de María de Bolívar 2003-2010 (Fuente: Policía Nacional)

En el periodo 2003 a 2010 encontramos que el municipio que presentó el mayor número de Homicidios fue el Carmen de Bolívar con 251 homicidios seguido de María la Baja y San Juan con 70 y 65 respectivamente. El municipio con menor número de homicidios fue Córdoba con 7. Según la Policía Nacional, en el 2010, se vio una disminución aun más significativa en el porcentaje de homicidios respecto al año anterior y se muestra a continuación:

Tabla 11. Homicidios en la región Montemariana 2010

MUNICIPIOS	TOTALES	% DEP
CÓRDOBA	3	9,7%
EL CARMEN DE BOLÍVAR	8	25,8%
EL GUAMO	1	3,2%
MARÍA LA BAJA	9	29,0%
SAN JACINTO	5	16,1%
SAN JUAN NEPOMUCENO	4	12,9%
ZAMBRANO	1	3,2%
TOTAL BOLIVAR	31	100%

Fuente: Policía Nacional y el Instituto de Medicina Legal Departamento de Bolívar.

Vemos que en el 2010, el municipio que presentó más muertes fue María La Baja con el 29%, seguido de El Carmen de Bolívar y San Jacinto con 25.8% y 16.1% respectivamente. Los homicidios llevados a cabo en los Montes de María de Bolívar corresponden al 62% del total de la región Montemariana. Cabe resaltar que no solo bajaron los homicidios sino también los secuestros, tanto así, que para el periodo 2008-

2010 en los Montes de María de Bolívar no se presentaron secuestros, lo que constituye un gran avance del gobierno anterior.

Tabla 12. Secuestros Región Montes de María de Bolívar

AÑO							
2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
19	15	5	2	2	0	0	0

Fuente: Fondelibertad y Observatorio de DDHH y DIH de la Vicepresidencia de la República.

Toda esta situación lleva a que el desplazamiento sea una realidad difícil que no deja de afectar a la sociedad Montemariana. En los Montes de María de Bolívar, se ha expulsado al 62% de sus habitantes, una cifra cercana a 145.571 personas en el periodo comprendido entre 1997 y 2010 (IIEC-Observatorio de los Montes de María, 2010). Es notable la disminución que ha tenido el desplazamiento forzado en la región, pasando de 2763 en el 2008 a 128 en el 2010, lo que representa una disminución de aproximadamente del 95%, mientras que las cifras de retorno van en aumento gracias al acompañamiento del Sistema Nacional de Atención Integral a la Población Desplazada (SNAIPD) y el Centro de Coordinación de Atención Integral (CCAI).

Tabla 13. Personas expulsadas de los Montes de María de Bolívar

MUNICIPIOS	2008	2009	2010	TOTAL EXPULSADOS DESDE 1997
Córdoba	253	67	26	17.179
Carmen de Bolívar	1.068	223	58	74.371
El Guamo	51	3	2	989
María la Baja	821	96	20	18.368
San Jacinto	230	45	3	13.488
San Juan Nepomuceno	170	29	6	11.576
Zambrano	170	34	13	9.600
Subtotal Bolívar	2.763	497	128	145.571

Fuente: SIPOD 2010

Ola Invernal. La actualidad nos lleva a hablar acerca de la ola invernal que ha afectado a Colombia. Esto ha ocasionado grandes daños en la región Montemariana a nivel social dejando a muchas familias sin hogar y lo económico dañando todo el aparato productivo.

Cabe mencionar que el gobierno colombiano ha hecho grandes esfuerzos por ayudar a la población damnificada, la cual para finales de 2010 llegaba a 5.692 hogares afectados en la región de los Montes de María del departamento de Bolívar:

Tabla 14. Hogares afectados ola invernal 2010

Departamento	Municipios	Total de hogares afectados	Participación en el dpto . (%)
BOLÍVAR	CÓRDOBA	1.375	24,16%
	EL CARMEN	813	14,28%
	EL GUAMO	767	13,48%
	MARÍA LA BAJA	443	7,78%
	SAN JACINTO	0	0,00%
	SAN JUAN	978	17,18%
	ZAMBRANO	1.316	23,12%
	TOTAL MONTES DE MARIA DE BOLÍVAR	5.692	100,00%

Fuente: Oficinas de Atención y Prevención de Desastres de la Gobernación de Bolívar.

Los municipios más golpeados por la ola invernal del 2010 fueron Córdoba con 1375 hogares, lo que represento el 24.16% y Zambrano con un 23.12% haciendo referencia a 1316 hogares. Para San Jacinto no existen datos verídicos de la población afectada, mientras que María La Baja es el municipio con menores hogares afectados por la ola invernal.

3.2 Actividad Agrícola

El objetivo de esta parte es brindar un marco acerca del desarrollo agricultor que presenta la región de los Montes de María de Bolívar en donde se refleja un panorama muy cercano a lo que vive la región.

3.2.1 Estructura productiva del sector Agro en los Montes de María de Bolívar.

Esta se encuentra compuesta básicamente por cultivos anuales, permanentes y transitorios para el consumo humano. Productos de mayor elaboración para servir a usos

industriales encontramos muy pocos, sin embargo existen proyectos como el de Palma para la generación de biocombustibles que ha crecido significativamente en los últimos años.

En los Montes de María de Bolívar, encontramos que la mayoría de productores son pequeñas asociaciones de campesinos que han unidos fuerzas para la optimización de esta actividad productiva, dedicándose la mayoría a la obtención de cultivos anuales.

Tabla 15. N° de productores en los Montes de María

Tipo Cultivo	# Productores	%
Anual	26.277	64,2%
Permanente	2.671	6,5%
Transitorio	12.010	29,3%
Total	40.958	

Fuente: Evaluación Agropecuaria Departamental de Bolívar 2009

En general la actividad Agro se desarrolla de una manera muy rudimentaria, con esto hacemos referencia a que no es mucha la maquinaria y/o tecnificación utilizada para la obtención de los diferentes cultivos. La mayor parte de los productores utiliza técnicas artesanales sacando provecho de su amplio conocimiento y destrezas sobre los suelos Montemarianos lo que posiblemente este aumentando costos.

Otros productores utilizan tecnología convencional como en el caso del arroz que necesita de maquinaria para la siembra y recolección. Los productores de esta región dependen en gran parte de la disponibilidad de agua para el riego, clima, lluvias y el uso del suelo para realizar sus actividades, dejando a un lado la investigación y uso de tecnología avanzada, lo que está mermando la generación de valor agregado en la producción. La investigación y desarrollo es un renglón de escasa aplicación en la región, pues la mayoría de los cultivos se llevan a cabo sin la utilización de paquetes tecnológicos apropiados, las Universidades y centros de investigación no disponen de recursos para adelantar investigaciones en la región (Puello, 2011).

La actividad agrícola es de vital importancia para los Montes de María de Bolívar, haciendo presencia en todos los municipios, en donde de las 371.900 hectáreas disponibles

para el trabajo de campo, el 19.4% es utilizado para esta actividad. El resto del territorio se divide en 40.5% para ganadería, 23.4% la zona urbana y 16.7% en bosques y reservas naturales.

Tabla 16. Territorio en los Montes de María de Bolívar 2009

Municipio	Cultivos Agrícolas Has	Pastos Has	Bosques Has	Área Urbana Has	Total Área Municipal Has
Córdoba	4.910	22.676	8.882	23.301	57.300
Carmen de Bolívar	21.500	20.290	39.939	4.026	90.000
El Guamo	143	23.799	158	9.308	37.100
María la Baja	12.920	28.509	0	8.381	51.700
San Jacinto	11.180	15.472	4.982	10.716	43.400
San Juan Nepomuceno	19.969	30.150	577	19.699	63.700
Zambrano	257	9.520	7.398	11.546	28.700
TOTAL	72.170	150.416	61.936	86.977	371.900

Fuente: Evaluaciones Agropecuarias Departamentales 2009

La región cuenta con gran variedad de cultivos con enfoques agrícolas primarios y en una menor cantidad con enfoques productivos industriales. El uso del suelo destinado a la agricultura por parte de cada municipio se ilustra a continuación:

Tabla 17. Análisis del territorio en los Montes De María De Bolívar 2009

Municipio	Total Cultivos Agrícolas Has	% Agrícola vs área municipal	% Agrícola vs total Agrícola	Total Área Municipal Has
Córdoba	4.910	8.5%	6.8%	57.300
Carmen de Bolívar	21.500	23.8%	29.7%	90.000
El Guamo	143	0.3%	0.2%	37.100
María la Baja	12.920	24.9%	17.9%	51.700
San Jacinto	11.180	25.7%	15.4%	43.400
San Juan Nepomuceno	19.969	31.3%	27.6%	63.700
Zambrano	257	0.9%	0.3%	28.700
TOTAL	72.170			371.900

Fuente: Evaluaciones Agropecuarias Departamentales 2009

Existen municipios en donde la actividad agrícola mantiene un porcentaje significativo sobre las actividades económicas, como lo es en el Carmen de Bolívar con un 23,8% del total de su territorio, María La Baja con el 24,9%, San Jacinto el 25,7% y San Juan con un 31,3%, a diferencia del resto de municipios donde el porcentaje es bajo, como en Zambrano donde se utiliza solo el 0,9% del territorio disponible en la actividad agrícola, trabajando muy por debajo de su capacidad en cuanto a territorio, ya que está dejando de utilizar 28.443 hectáreas que podrían ser una inyección económica importante para la región.

Dentro del total de hectáreas destinadas al uso de la agricultura igualmente se destacan El Carmen pero ahora con el porcentaje más alto 29.79%, seguido de San Juan con el 27.67%, María La Baja y San Jacinto bajan su participación llegando a 17.9% y 15.49% respectivamente. Hay que resaltar que el porcentaje de tierra destinado a usos diferentes a la agricultura es alto, por lo que es necesario considerar qué tan favorable es la actividad ganadera para la región. Los municipios podrían destinar un mayor uso del territorio a la parte agrícola si consideran el mayor beneficio que esta deja sobre la actividad ganadera y otras.

La zona de los Montes de María de Bolívar, tiene gran participación en la producción agrícola del departamento bolivarense. En la tabla presentada a continuación se muestra que la participación promedio en el área sembrada, cosechada y la producción total de los Montes de María de Bolívar ha sido 35%, 37% y 50% respectivamente.

Tabla 18. Producción Agrícola de las ZODES Montes de María en el total departamental

Año	Área Sembrada	Área Cosechada	Producción (Ton)
2000	66%	71%	78%
2001	47%	44%	60%
2002	30%	32%	45%
2003	28%	28%	41%
2004	29%	29%	42%
2005	26%	27%	41%
2006	34%	36%	47%
2007	27%	32%	44%
2008	31%	37%	56%
2009	31%	34%	48%
Promedio	35%	37%	50%

Fuente: Evaluación Agropecuaria Departamental de Bolívar 2009

En los últimos años la participación se encuentra por debajo del promedio tanto en área sembrada como cosechada y en el total de la producción, pero no deja de ser una participación muy significativa. Se pasó de 28.856 hectáreas sembradas en el 2000 a 72.170 en el 2009 lo cual representa un aumento de alrededor del 150%.

En el departamento de Bolívar se producen más de 40 productos agrícolas diferentes, de los cuales en la zona de los Montes de María del departamento de Bolívar se llegan a producir alrededor de 19 productos, donde prevalecen los cultivos anuales en cuanto a área sembrada, cosechada y producción como se muestra a continuación:

Tabla 19. Tipos de cultivo Montes de María de Bolívar

Tipo De Cultivos	Hectáreas Sembradas	Hectáreas Cosechadas	Producción (Ton)
Transitorios	28.047	21.949	63.823
Permanentes	10.180	8.813	113.630
Anuales	33.943	32.011	371.733
Total	72.170	62.773	549.186

Fuente: Evaluación Agropecuaria Departamental de Bolívar 2009

La producción agrícola de los Montes de María de Bolívar para el año 2009 está compuesta por los productos que se relacionan a continuación:

Tabla 20. Producción Agrícola En Los Montes de María 2009

Cultivo	Tipo Cultivo	Hectáreas Sembradas	Hectáreas Cosechadas	Producción (Ton)
Ñame	Anual	17.450	17.430	189.920
Yuca	Anual	16.088	14.213	181.141
Maíz amarillo tradicional	Transitorio	8.880	7.562	13.707
Maíz blanco tradicional	Transitorio	8.300	5.150	8.140
Arroz riego	Transitorio	4.910	4.910	31.110
Palma	Permanente	4.300	3.900	63.999
Aguacate	Permanente	3.810	3.720	38.040
Ajonjolí	Transitorio	2.850	1.300	910
Maíz amarillo mecanizado	Transitorio	2.150	2.150	6.565
Plátano	Permanente	1.186	1.006	10.048
Cacao	Permanente	725	35	25
Frijol	Transitorio	572	512	571
Tabaco	Anual	405	368	672
Ají dulce	Transitorio	210	190	1.890
Guayaba	Permanente	94	92	918
Ají tabasco	Transitorio	85	85	525

Naranja	Permanente	65	60	600
Arroz secano tradicional	Transitorio	60	60	300
Maíz blanco mecanizado	Transitorio	30	30	105
TOTAL		72.170	62.773	549.186

Fuente: Evaluación Agropecuaria Departamental de Bolívar 2009

La estructura productiva de los Montes de María de Bolívar está compuesta en su mayor parte por cultivos anuales (Yuca, Ñame, Tabaco) lo que representa solo el 15.8% por tipo de cultivo, sin embargo, son los cultivos más representativos en cuanto a hectáreas sembradas, cosechadas y producción.

Así encontramos que desde el punto de vista del Volumen de producción los tres productos de carácter anual como lo son la Yuca, Ñame y el Tabaco aportan más del 50% de las toneladas producidas por los productos permanentes y transitorios, siendo la Yuca y Ñame los más representativos con 34.58% y 32.98% del total de la región.

Productos permanentes como la Palma y el aguacate también tienen un volumen de producción importante, traducido en 63.999 toneladas para la Palma y 38.040 toneladas para el aguacate. En la actualidad la Palma se presenta como una oportunidad para el agricultor nacional, debido a la importancia que le está dando el gobierno a través de sus políticas para favorecer la generación de biocombustibles y a los altos precios de la tonelada a nivel mundial; el precio promedio mensual del aceite crudo de palma fue superior a USD2.000 por tonelada entre febrero y julio, alcanzando USD2.258 en marzo de 2008 (Dinero, 2009)

Por el lado del área sembrada y cosechada, los productos anuales siguen con la mayor participación a excepción del tabaco que en el 2009 se muestra bastante rezagado en comparación con otros productos. En el porcentaje de área sembrada y cosechada también se destaca el Maíz Amarillo en un tercer lugar y en el cuarto el Maíz Blanco que son productos de gran importancia en la dieta bolivarenses, sin embargo estos productos no tienen un gran volumen de producción en relación con los del primer renglón.

3.2.2 Encadenamientos Productivos.

El encadenamiento productivo de los bienes producidos en los Montes de María de Bolívar se inicia en el campo con la actividad agrícola. Parte de la extracción de los productos,

pasando a diferentes distribuidores e incluso a la agroindustria y termina en el consumidor que en pocas ocasiones es del extranjero. A continuación se muestra una visión general del encadenamiento productivo que dependiendo del producto puede darse de una u otra forma:

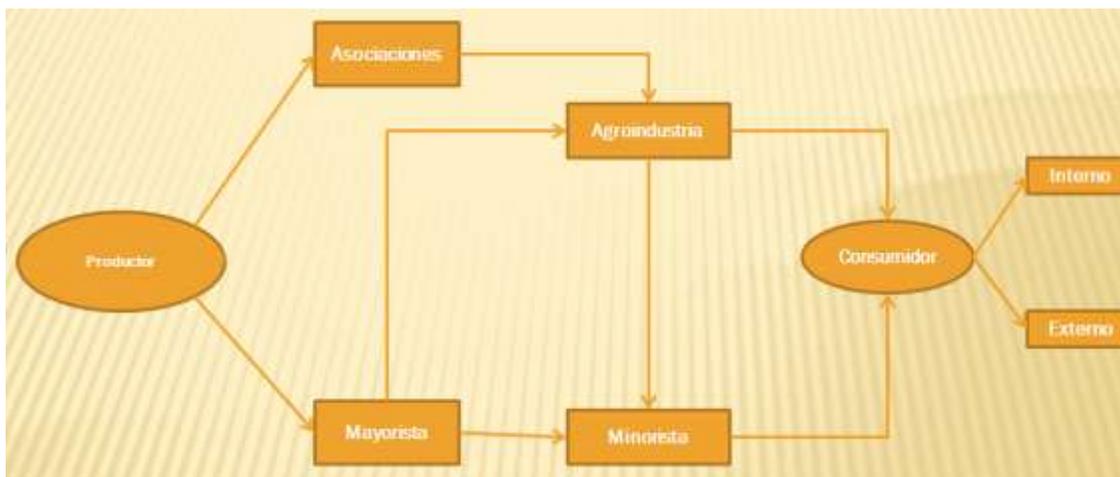


Ilustración 3. Esquema de encadenamientos productivos en la región montemariana

Fuente: Amézquita, López; Vergara Schmalbach, Juan Carlos & Maza Ávila, Francisco. Año 2008.

Por ejemplo en el caso del Aguacate el productor vende al mayorista y no a las asociaciones, seguido del minorista y desembocando en el consumidor interno. A diferencia del encadenamiento del Aguacate, el ñame si ha tenido experiencia en llegar a consumidores del extranjero como lo es la población de Costa Rica, a la cual existió la expectativa de aumentar las exportaciones así pudo darse la incursión en un nuevo país como lo es Alemania.

Es de destacar que son pocos los productos de los Montes de María de Bolívar que se destinan a la agroindustria lo que está llevando a dejar de ganar mayores beneficios económicos y por ende bienestar para la población. Actualmente la Palma es el producto que se destina en mayor cantidad a la Agroindustria para la generación de biocombustibles. Destinar mayores productos a la agroindustria implica que la maquinaria y el conocimiento en materia trabajo calificado requerido para unos y otros tipos de trabajo sean diferentes, viéndose reflejado en los niveles de valor agregado traducidos en un mayor precio.

En cuanto a la comercialización de estos productos, el mercado local llega a consumir entre el 5% y 10% de la producción, la mayor parte se destina a ciudades de la costa Caribe Colombiana y ciudades del interior como Medellín (Puello A. D., 2011). Cabe resaltar que la ola invernal afecta negativamente la capacidad para satisfacer los diferentes mercados volviendo prioritario el aumento y reparación de los sistemas de riego de la región. Como se mostro anteriormente son pocos los productos de la región de los Montes de María de Bolívar que se destinan al mercado extranjero.

Tabla 21. Mercados destino de los productos de los Montes de María

Cultivo	Mercado de Destino
Name	Cartagena, Barraquilla, Sincelejo, Costa Rica, Puerto Rico y Estados Unidos
Yuca	Sincelejo, Cartagena, Valledupar y el interior del país, Puerto Rico y Estados Unidos
Palma	María La Baja
Aguacate	Cartagena, Barranquilla, Sincelejo, Medellín y otras ciudades del interior
Plátano	Cartagena, Las Antillas y EEUU
Arroz	Cartagena, Barranquilla
Ajonjolí	Carmen de Bolívar, Cartagena, Barranquilla
Ají dulce	Cartagena, Barraquilla, Sincelejo
Ají Picante	Barranquilla
Maíz	Medellín

Fuente: Secretaria de Agricultura de Bolívar

En general vemos que la estructura productiva Montemariana está más ligada hacia la obtención de productos agrícolas anuales que aunque son muy pocas variedades, abarcan la mayor parte de la tierra, productores y producción, siendo la mayor parte de la producción utilizada para abastecer el mercado nacional.

Y es que como podemos ver, el departamento de Bolívar cuenta con muy pocos productos agrícolas o agroindustriales dentro de sus principales productos de exportación haciendo necesario idear mecanismos sostenibles de vinculación hacia mercados extranjeros.

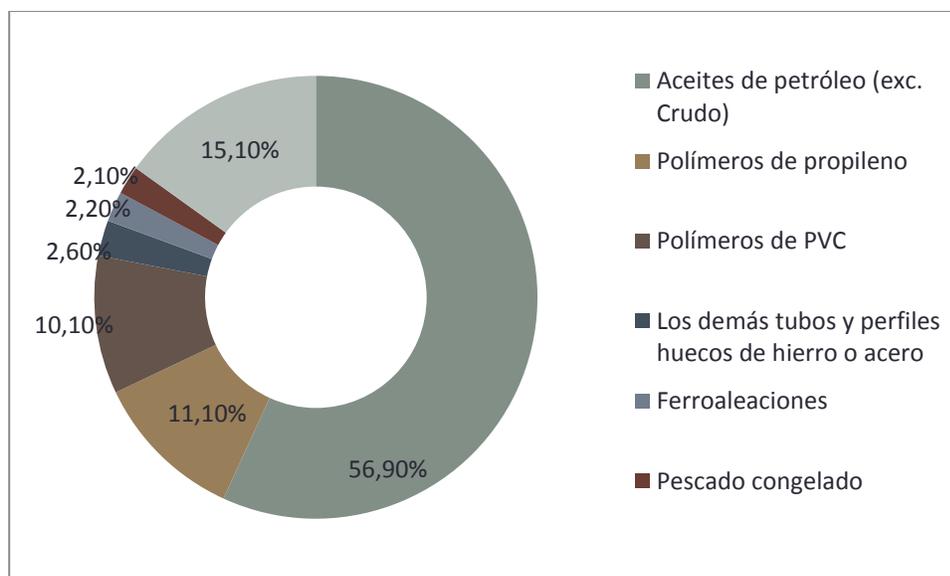


Gráfico 2. Principales productos de exportación de Bolívar 2010 (miles de dólares FOB)

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Oficina Estudios Económicos

3.2.3 Exportaciones agrícolas de Bolívar²

En Bolívar, algunos productos agrícolas, a pesar de no tener una gran representatividad en las exportaciones del Departamento, si han incursionado en mercados internacionales, lo que evidencia la posibilidad de que esto se realice en otras líneas de productos. Sin embargo, las estadísticas nacionales presentan algunas fallas, pues el hecho de que se identifique un departamento de origen puede confundirse en el momento en que a los productos se les agrega valor mediante, por ejemplo, empaquetado. De manera que esto no necesariamente implica que si la estadística dice que producto fue exportado desde Bolívar, este haya sido cultivado al interior del Departamento.

De acuerdo con las estadísticas de declaraciones de exportaciones registradas, los siguientes productos fueron exportados en el Departamento de Bolívar en los últimos años en los capítulos relacionados con la actividad agrícola.

Capítulo 7: Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios. En este capítulo, las exportaciones de Bolívar, que normalmente eran impulsadas por el

² Considerando que los datos de estadísticas oficiales de exportaciones en Colombia se presentan por Departamentos, se acude a presentar las correspondientes al Departamento de Bolívar al que pertenece la región de los Montes de María.

comercio de ñame (Código 071430 para la UE) se han venido reduciendo significativamente desde el 2009, pasando de 1,17 millones de dólares en ese año, a 351 mil dólares en el 2010 y 82 mil dólares a octubre de 2011. Asimismo la sub-partida de otras hortalizas conservadas ha representado una buena parte de las exportaciones en este capítulo, pero igualmente han venido disminuyendo; en esta subpartida las empresas identificadas como exportadoras son Comexa y Tecnoají, reconocidas por sus exportaciones de ajíes y sus preparaciones.

De acuerdo con las estadísticas de exportación, la mayoría de empresas que realizan exportaciones en este capítulo se encuentran radicadas en ciudades como Bogotá, Barranquilla, Cúcuta o Medellín.

Tabla 22. Exportaciones de Bolívar en el capítulo 07

Partida	Subpartida	Código arancelario	Valor USD 2009	Valor USD 2010	Valor USD 2011-Oct
Hortalizas (incluso silvestres) de vaina, aunque estén desvainadas, frescas o refrigeradas.	Arvejas o guisantes (pisum sativum) frescos o refrigerados	708100000	827	1.089	
	Frijoles (frejoles, porotos, alubias, judías) (vigna spp., phaseolus spp.)	708200000	6800		
Hortalizas (incluso silvestres), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.	Papas (patatas), incluso cocidas con agua o al vapor, congeladas.	710100000	22.844		598
	Maíz dulce	710400000	4.450		
Hortalizas (incluso silvestres) conservadas provisionalmente, pero todavía impropias para consumo inmediato	Las demás hortalizas/ Mezclas de hortalizas	711900000	900.577	942.472	193.248
Hortalizas (incluso silvestres) secas, bien cortadas en trozo o en rodajas, bien trituradas o pulverizadas, per sin otra preparación.	Las demás	712909000		509	474
Hortalizas (incluso silvestres) de vaina secas desvainadas, aunque estén mondadas o partidas.	Los demás garbanzos secos desvainados, incluso mondados o partidos para otros usos.	713209000	1.456		
	Los demás frijoles de las especies vigna mungo hepper	713319000	10.672	13.440	

Partida	Subpartida	Código arancelario	Valor USD 2009	Valor USD 2010	Valor USD 2011-Oct
	o vigna radiata.				
	Las demás	713339900	7.905		
Raíces de yuca(mandioca), arruruz o salep, aguaturmas (patacas), camotes (batatas, boniatos) y raíces y tubérculos similares ricos en fécula o inulina, frescos, refrigerados, congelados o secos, incluso troceados en "pellests";	Las demás raíces de yuca, camotes (batatas, boniatos)	714209000			54.000
	Las demás	714909000	1.172.126	351.986	82.299
		Total general	2.127.657	1.309.496	330.619

Fuente: Base de datos Legiscomex

Capítulo 8: Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones. En este capítulo se reconoce la exportación uchuvras y de la sub-partida de otras Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, sin embargo, no se evidencia con claridad exportaciones relacionadas con los frutos tropicales o exóticos producidos en los Montes de María.

Tabla 23. Exportaciones de Bolívar en el capítulo 08

Partida	Subpartida	Código arancelario	Valor USD 2009	Valor USD 2010	Valor USD 2011-Oct
Cocos, nueces del Brasil y nueces de maraqs (merey, cajúil, anacardo, "cajz"), frescos o secos, incluso sin cascara o modados.	Los demás	801190000			13.167
Bananas o platanos, frescos o secos.	Bocadillo (manzanito, orito) (musa acuminata)	803001300	5.772		
	Las demás bananas o platanos, frescos o secos	803001900	26.958		
Agrios (cítricos) frescos o secos.	Lima Tahiti (Limón Tahiti) (Citrus latifolia)	805502200	22.400		
Manzanas, peras y membrillos, frescos.	Manzanas	808100000			27.660
Las demás frutas u otros frutos, frescos.	Granadilla (passiflora ligularis)	810901010			296
	Gulupa (maracuyá morado)	810901030			20.309

	(passiflora edulis var. edulis)				
	Tomate de Árbol (lima tomate, tamarillo) (Cyphomandra betacea)	810903000		7.350	2.040
	Uchuvas (uvillas) (Physalis peruviana)	810905000	20.066	333.796	361.378
Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.	Las demás fresas (frutillas), sin cocer o cocidas con agua o al vapor, congeladas.	811109000	24.864		
	mango mangifera indica l	811909100			14.100
	frutas y otros frutos sin cocer o cocidos en agua o vapor congelados incluso con adición de azúcar u otro edulcorante los demás, guanábana (annona muricata)	811909500	3.223		
	Las demás	811909900	246.887	186.533	620.654
Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas n0 0801 a 0806; mezclas de frutas y otros frutos, secos, o de frutos de cascara de este capítulo.	Las demás frutas u otros frutos	813400000		36.286	233.670
		Total general	350.170	563.965	1.293.274

Fuente: Base de datos Legiscomex

Capítulo 15. Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento. En el año 2010 Bolívar logró exportar 59 mil dólares en aceite de palma en bruto en el 2009 y 2011 (a octubre) no se presentaron exportaciones de este capítulo, lo cual refleja la concentración de la producción en el mercado local.

Capítulo 18: Cacao y sus preparaciones. En este capítulo, en el 2010 y 2011 se evidencia una disminución de casi a la mitad de las exportaciones del 2009. Esto implica una inestabilidad en la captación del mercado internacional. Y de otro lado, se evidencia que las subpartidas de mayor representatividad son las relacionadas con productos de bajo o nulo valor agregado.

Tabla 24. Exportaciones de Bolívar en el capítulo 18

Partida	Subpartida	Código arancelario	Valor USD 2009	Valor USD 2010	Valor USD 2011-Oct
Pasta de cacao, incluso desgrasada	Pasta de cacao sin desgrasar.	1803100000		19.800	51.611
Manteca, grasa y aceite de cacao.	Manteca de cacao con un índice de acidez expresado en ácido oleico inferior o igual a 1%	1804001100			42.020
Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.	Cacao en polvo azucarado o edulcorado de otro modo.	1806100000	45.898	60.051	
	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao las demás preparaciones en bloques tabletas o barras con peso superior a 2 kg o en forma líquida pastosa o en polvo gránulos o formas similares en recipientes o envases inmediatos	1806209000	69.454	30.240	59.029
	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao rellenos los demás	1806319000	27.933		
	Los demás chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, en tabletas	1806320090	3.047	6.832	
	Sin adición de azúcar, ni otros edulcorantes	1806900010	5.640		
	Los demás	1806900090	128.837	44.798	
		Total general		280.809	161.721

Fuente: Base de datos Legiscomex

Capítulo 24: Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados. Este es el producto de mayor peso entre las exportaciones de bienes de producción agrícola de Bolívar. El valor exportado ha venido creciendo en los últimos años, pero como se puede apreciar, existe una baja y casi nula agregación de valor.

Tabla 25. Exportaciones de Bolívar en el capítulo 24

Partida	Subpartida	Código arancelario	Valor USD 2009	Valor USD 2010	Valor USD 2011-Oct
Tabaco en rama o sin elaborar; desperdicios de tabaco.	Tabaco negro sin desvenar o desnervar. en rama o sin elaborar.	2401101000	2.233.510	2.781.960	2.191.470
	Tabaco rubio en rama o sin elaborar, sin desvenar o desnervar.	2401102000	577.974		
	Tabaco negro total o parcialmente desvenado o desnervado.	2401201000	945.461	2.376.164	3.956.459
		Total general	3.756.945	5.158.124	6.147.929

Fuente: Base de datos Legiscomex

3.2.4 Esfuerzos en cuanto a competitividad.

El sector agroindustrial se encuentra incluido dentro de las apuestas productivas de Bolívar y hace parte de la agenda interna de competitividad de la Comisión Regional de Competitividad del departamento. En dicha agenda se presentan seis objetivos del sector agroindustrial relacionados efectivamente con la actividad agrícola.

Tabla 26. Agenda interna de competitividad del sector agroindustrial de bolívar.

Sector	Nombre de la apuesta productiva
Agroindustrial	Ampliar la producción de frutas y hortalizas y convertirse en un proveedor principal de pulpa y jugos.
	Conformar la cadena productiva piscícola para ser el principal exportador en Colombia en filetes frescos de tilapia.
	Generar las condiciones técnicas y empresariales para incrementar la calidad competitiva de las hojas de tabaco negro.
	Ampliar el complejo de producción, desmonte y comercialización de fibra y semilla de algodón a 10.000 hectáreas al año 2010.
	Conformar una cadena biotecnológica sanitaria bovina para potenciar la exportación de productos de la industria cárnicos y lácteos.
	Convertir al departamento en un gran productor de aceite de palma con una siembra de 20.000 has.
	Incrementar la siembra de cacao en 10.000 has. y aumentar su producción por medio de la instalación de un complejo agroindustrial de procesamiento y comercialización.
Ampliar en 50.000 hectáreas los bosques comerciales para convertirse en la principal industria de tableros y muebles del Caribe Colombiano.	

Fuente: Comisión Regional de Competitividad de Bolívar

No obstante la inclusión de estos escasos sectores dentro de la llamada Agenda Interna de competitividad, es de aclarar que las acciones para lograr estos objetivos se circunscriben a proyectos generales para el Departamento de Bolívar, el cual es diverso en necesidades y apuestas productivas que incluyen otros sectores. Es así que los recursos no presentan un enfoque en el desarrollo territorial de manera concentrada.

En consecuencia, se identifican esfuerzos marginales en cuanto a las necesidades para mejorar específicamente la competitividad de la región montemariana, entre los que encontramos la “Pavimentación de la vía transversal de los Montes de María, sector Carmen de Bolívar – Macayepos– Chinulito, en el departamento de Sucre” y proyectos transversales como la optimización del servicio de energía eléctrica y la mejora de servicios públicos. El resto de proyectos de mejora a la competitividad se localizan en el sur y norte de Bolívar.

A la luz de la teoría del *big push*, es necesaria una coordinación integral de las políticas y las instituciones, de tal manera que todos los proyectos aporten a unos esfuerzos concentrados y específicamente diseñados para mejorar las condiciones competitivas de una región. No obstante, en la medida en que los proyectos que se desarrollen se encuentren desarticulados y no se enfoquen en un proceso dedicado, los efectos de los mismos se pueden disipar sin lograr un correcto impacto para los actores de la región.

4 COLOMBIA Y LA UE

4.1 Análisis de contexto de la UE

Con este análisis de contexto se busca entender el macroambiente de la UE relacionado con los aspectos que son generales y que enmarcan a los sectores que hacen parte de este. A continuación, se entra a describir los aspectos del entorno de acuerdo al modelo de análisis PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico) que de manera general incluye la situación de este mercado con el que se abrirán las relaciones comerciales.

4.1.1 Contexto Político.

La Unión Europea es un proceso de integración económica y monetaria de alta complejidad, es el caso de mayor nivel de integración entre estados-nación modernos que inició en el nivel de acuerdo de cooperación para el comercio de bienes específicos con la conformación de la Comunidad Europea del Carbón y el Acero; y hoy agrupa a 27 países del continente europeo en una Unión económica, monetaria y articulación política, y 17 estados en una unión monetaria. La complejidad de la organización de la UE implica que los países miembros, aun conservando gran parte de su soberanía, se acogen a las disposiciones de organismos supranacionales.

La UE presenta una gran estabilidad política evidenciada en entidades como el Consejo Europeo que determina la dirección y las prioridades políticas; el Parlamento Europeo que representa a los ciudadanos; el Consejo de la Unión Europea que representa a los estados miembros y la Comisión Europea que defiende los intereses de la UE como un solo organismo (UE, 2011); además de organismos relacionados con la justicia, educación, desarrollo territorial, seguridad y otros intereses generales.

En lo que se refiere a los miembros de la UE, para pertenecer a esta se ha establecido unos criterios y condiciones, incluyendo un sistema de gobierno democrático, la prevalencia una economía de mercado y la disposición a adherirse a las intenciones políticas, económicas y monetarias de la Unión (UE, 2011).

4.1.2 Contexto Económico

La UE compone un mercado que lucha por su estabilidad económica mediante los esfuerzos de sus instituciones que buscan garantizar la regularidad de sus indicadores macroeconómicos. Sus 27 miembros tienen un Pacto de Estabilidad y Crecimiento (PEC) (1997) y cuentan con una resolución del Consejo Europeo sobre coordinación de políticas económicas (1998). Con esto adquieren la obligación de proteger la regularidad de sus indicadores macroeconómicos, de mantener un alto nivel de ingreso per-cápita, un crecimiento estable y de cumplir con una serie de compromisos de estabilidad en sus cuentas que es exigido tanto al momento del ingreso como durante su afiliación a la UE.

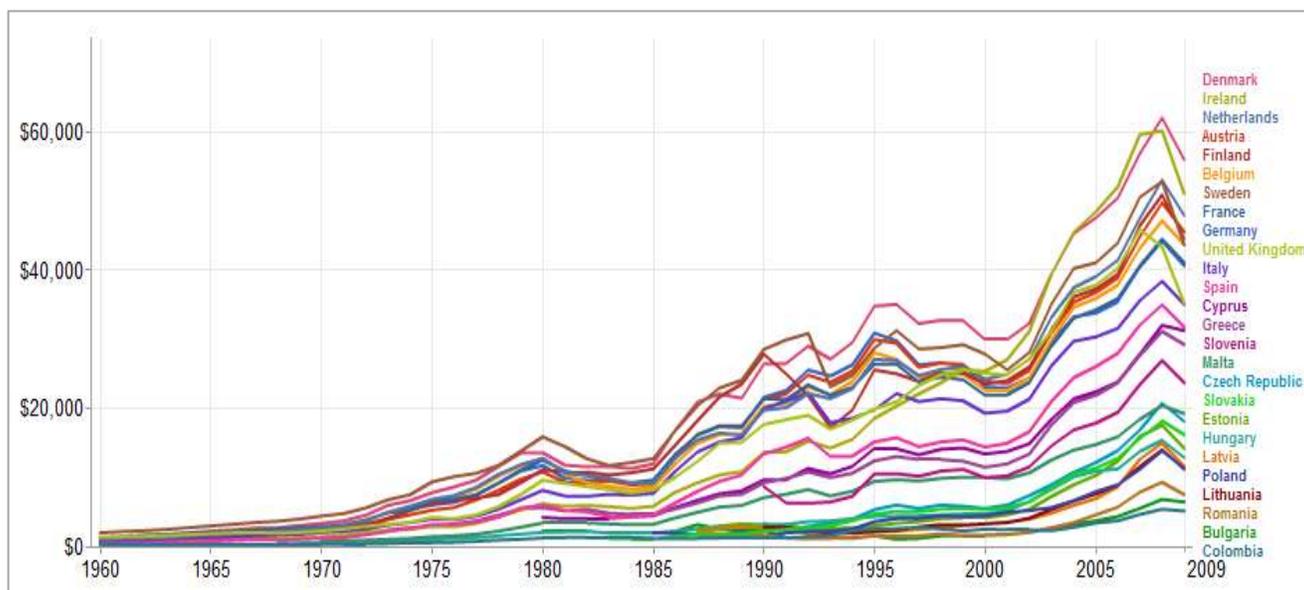


Gráfico 3. PIB Percápita (USD) de los países de la UE (Exc. Luxemburgo) (World Bank, 2011)

Con el Gráfico 3 se puede identificar cómo aún existen países rezagados, pero que en general el ritmo de crecimiento se ha dado de manera similar en los miembros de la UE. Aun así, vemos como al incluir a Colombia, este se ubica en el fondo de la gráfica, lo cual da cuenta de la significativa diferencia entre las condiciones económicas de Colombia con la mayoría de los países de la UE.

En la variable desempleo, se encuentra que la UE cuenta con diferentes situaciones, que van desde desempleo muy poco representativo en Alemania, Austria y Holanda, hasta casos graves como España, Grecia Lituania y Letonia:

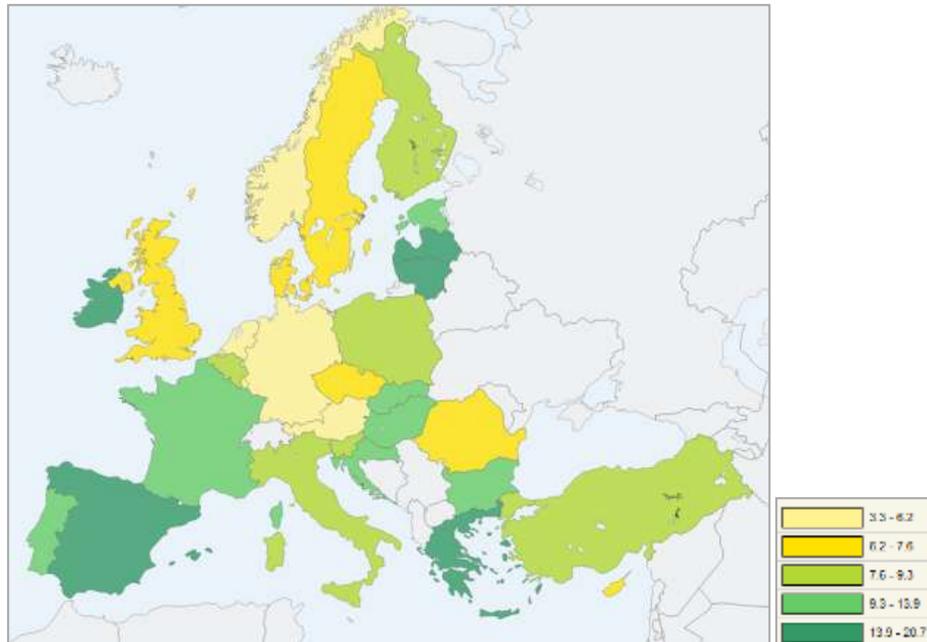


Ilustración 4. Desempleo en la UE Primer trimestre del 2011 (EUROSTAT, 2011)

4.1.3 Contexto Social.

La UE, constituida por 27 estados, es una organización única en donde, con significativas diferencias culturales e idiosincráticas han confluído en pro del mejoramiento de las condiciones de vida de sus miembros. En la actualidad la UE es un grupo altamente diverso en diferentes aspectos, que van desde la diversidad cultural con 23 lenguas oficiales hasta diferentes niveles en el Índice de Desarrollo Humano (HDI). En el Gráfico 4, Se puede observar que existe un grupo de países que se ubican en los primeros puestos y cuyos ingresos son mucho más altos, mientras que otros aún se encuentran rezagados; y por su cuenta, Colombia no alcanza a ninguno de estos países.

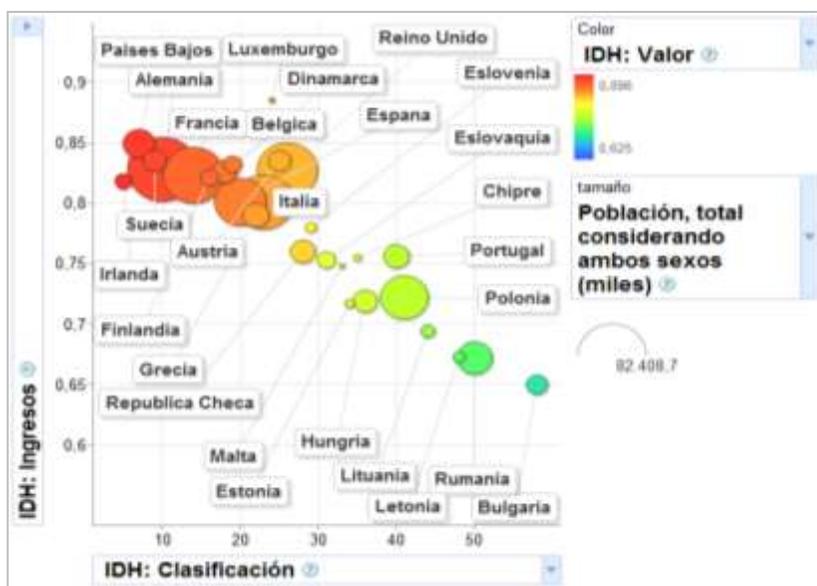


Gráfico 4. Índice de Desarrollo Humano de la UE 2010 (UNDP, 2010)

En lo que se refiere a tendencias poblacionales, se encuentra que la UE se proyecta como una población envejecida hacia el futuro. El siguiente Gráfico tomado de EUROSTAT (2011) plantea una población europea en donde la relación de adultos mayores de 64 años con respecto a la población entre 15 y 64 años es de 1 a 3 en su mayoría, queriendo decir que en el futuro la tercera edad tendrá una gran representatividad entre la población.

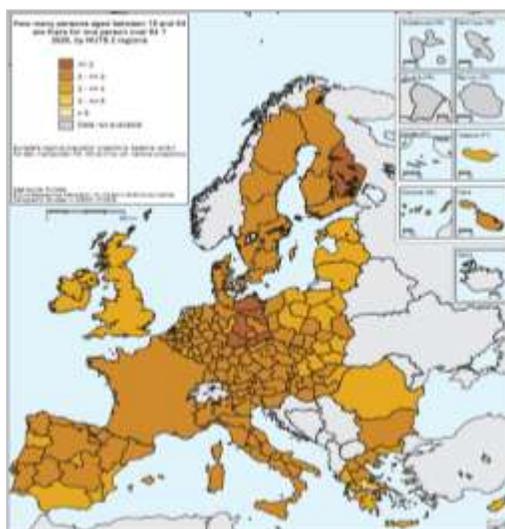


Ilustración 5. Proyección de la edad de la población europea al 2026 (EUROSTAT, 2011)

Los siguientes datos del 2008 dan cuenta del desarrollo de la UE en cuanto a Ingresos (en términos del IDH) en el eje de las Y; usuarios de internet en el eje de las X; PIB per cápita en el tamaño de la burbuja; y valor del IDH en el color de la burbuja.

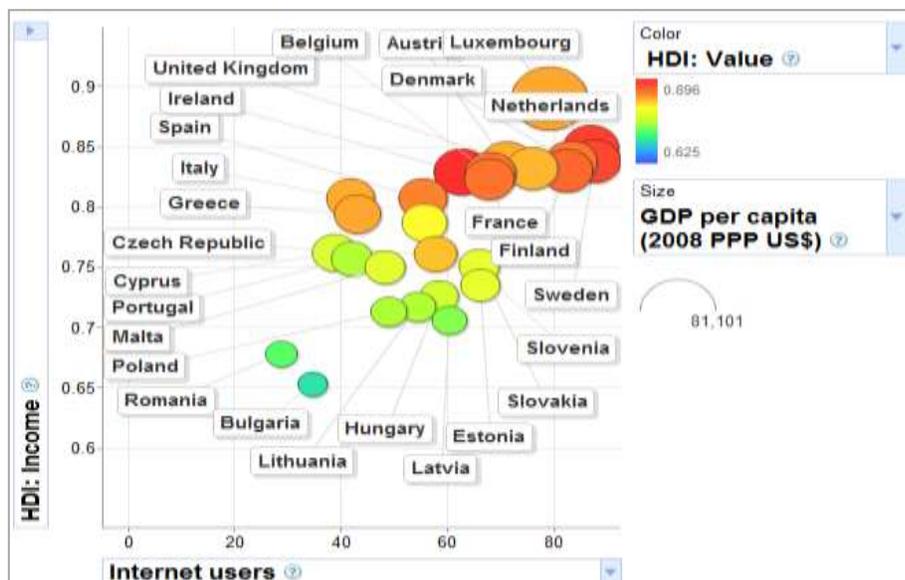


Gráfico 5. Indicadores de la UE 2008 (UNDP, 2008)

Con lo anterior se puede inferir que la UE como mercado destino de exportaciones de bienes de consumo no constituye una unidad homogénea, puesto que existen marcadas diferencias entre los diferentes miembros en cuanto a aspectos socio-demográfico que eventualmente determinan tendencias de consumo, capacidad adquisitiva de la población y otros criterios de consumo.

Esto quiere decir que, en la práctica, el destino de eventuales exportaciones a la UE debe estudiarse de acuerdo a nichos particulares, por países, pues aun cuando las condiciones cambiarias y arancelarias sean homogéneas, la diferencia en el ingreso per cápita, la educación, edad de la población y acceso a tecnología entre otras variables, pueden afectar la manera en que los consumidores perciben los productos, las marcas, los canales de distribución y muchos otros atributos de las posibles exportaciones.

Una investigación más profunda de los nichos de mercado será necesaria entonces para determinar las estrategias de ingreso a cada mercado que significa la UE.

4.1.4 Contexto Tecnológico.

La UE agrupa a los países del mundo que más invierten en Investigación y Desarrollo en relación a su PIB, lo que indica que el grado de desarrollo tecnológico de este mercado es relativamente alto, y que cuenta con factores tecnológicos altamente calificados y un grado de modernización.

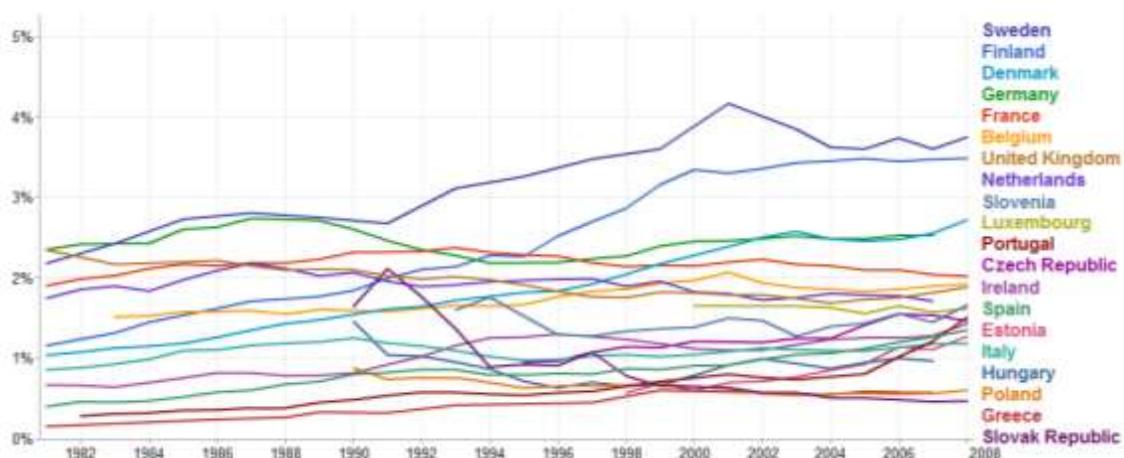


Gráfico 6. Porcentaje del PIB invertido en I&D (OECD, 2009)

Adicionalmente, los países de la UE han sido grandes productores de patentes, especialmente Alemania, Francia y el Reino Unido, los cuales se destacan por su producción de patentes tríadicas³:

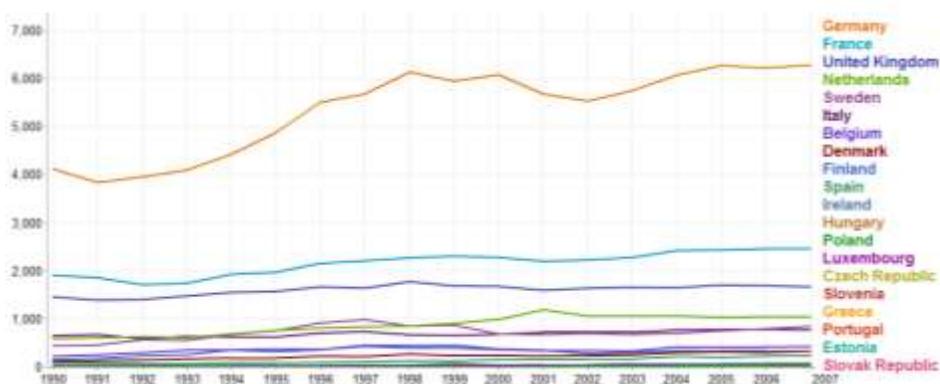


Gráfico 7. Patentes tríadicas registradas por países de la UE (OECD, 2009)

³ Patentes tríadicas: Se refiere a las patentes registradas, para una misma invención, en los tres principales sistemas del mundo: Japón, Estados Unidos de Norteamérica y Europa.

4.2 Relación de Colombia con la UE

4.2.1 Asimetrías de las economías

La UE es una región altamente divergente de Colombia. Esto se ve evidenciado en algunos indicadores de asimetría que se puede calcular. A continuación se escogieron algunos indicadores de asimetría considerando el trabajo de Durán y Masi (Diagnóstico de las asimetrías en los procesos de integración de América del Sur, 2007)

Tabla 27. Indicadores de asimetrías entre Colombia y la UE

Indicador	Unión Europea (27 estados)	Colombia	Relación Col/UE
Territorio Millones de KM ²	4,32	1,14	26%
Población 2010 N° habitantes	502.087.670	46.294.841	9%
PIB 2010	USD 16.222.783.027.520	USD 288.188.988.824	2%
% Variación del PIB	2008 2009 2010	2008 2009 2010	
	0,3 -4,3 2,0	3,5 1,4 4,3	
Exportaciones al mundo 2009	4.594.325.000.000	32.853.000.000	1%
PIB Per cápita 2010	32.311	6.225	19%
Expectativa de vida al nacer	79	73	92%
Tasa de fertilidad	1,59	2,40	151%
Tasa de desempleo	9,8 (Oct 2011)	9,2 (Nov 2011)	
Inflación (2010)	2,54%	3,17%	

Fuente: Construcción propia con base en DANE, EUROSTAT, WORDBANK, IMF y WTO

Como se puede ver, los principales indicadores muestran una asimetría marcada tanto en lo económico como en lo social. De estos indicadores, resaltan aspectos relevantes como que la población colombiana corresponde al 9% de la población del mercado europeo y que el PIB per cápita de Colombia es alrededor de una quinta parte del correspondiente a la UE. Sin embargo, la crisis económica que aqueja esa región en los

últimos años la ha llevado a niveles de desempleo por encima al de Colombia y niveles de crecimiento por debajo e incluso negativos. En lo que se refiere al comercio exterior, Colombia exportó el equivalente a 1% de las exportaciones de la UE.

En lo referente al comercio bilateral, Colombia presentó una balanza comercial positiva hasta el 2007 cuando esta zona se convirtió en el segundo socio comercial de Colombia, luego de Estados Unidos, quitándole la posición a Venezuela. Sin embargo, desde el 2008 la balanza comercial ha sido negativa ya que las importaciones aumentaron más que las exportaciones. A continuación se ilustra el comportamiento de esta relación comercial.

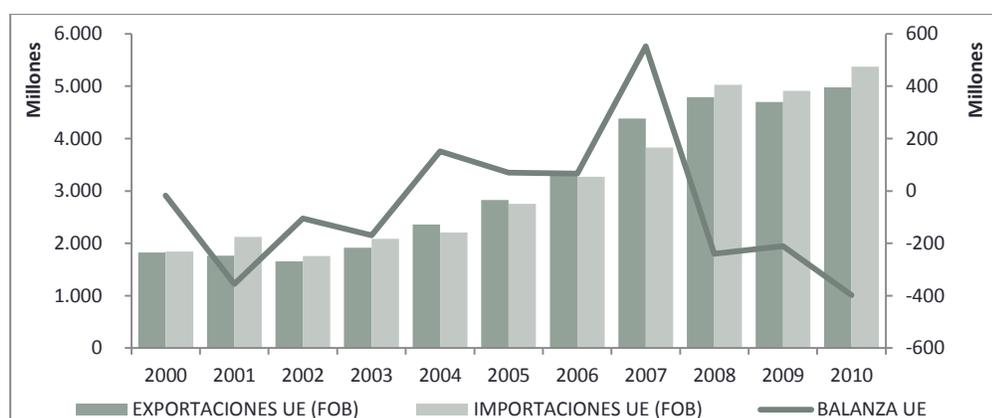


Gráfico 8. Comercio de Colombia con la UE (Millones de Euros) (Mincomercio, 2011)

Las exportaciones a la Unión Europea han sido predominantemente de bienes primarios (90% en el 2010), entre los cuales, las exportaciones tradicionales han representado más del 80% en los últimos años (Ver Gráfico 9 y Gráfico 10).

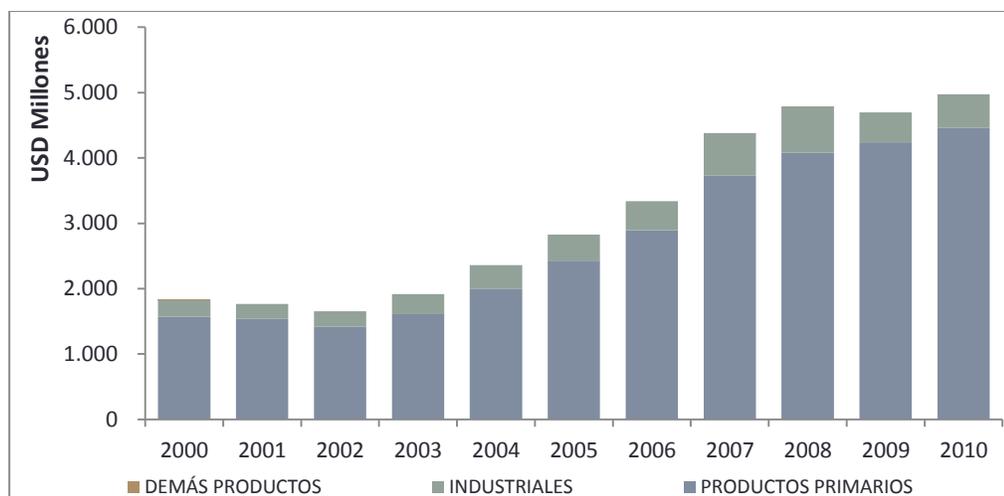


Gráfico 9. Tipos de exportaciones colombianas a la UE 2006-2010 (Mincomercio, 2011)

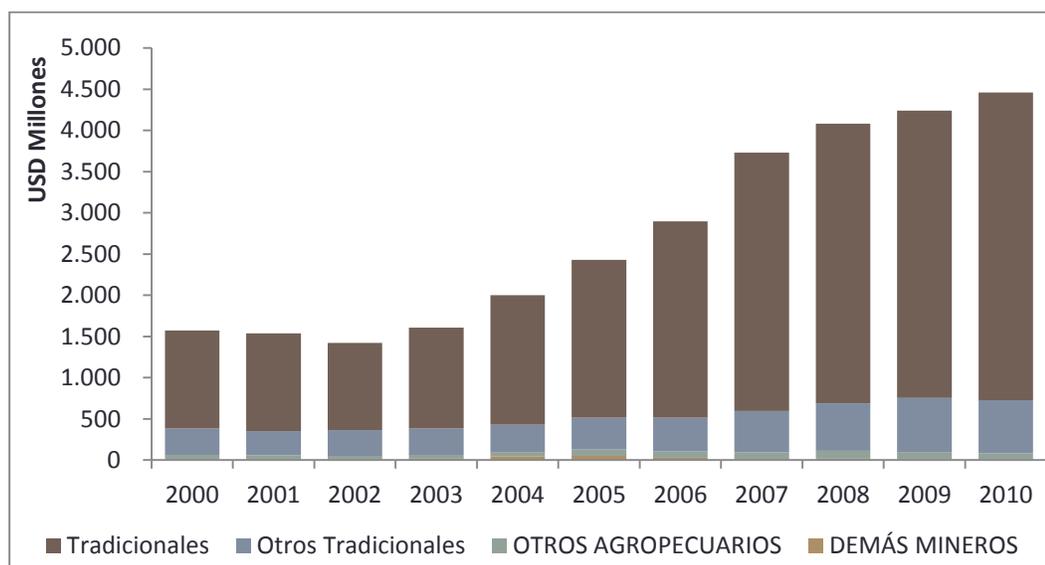


Gráfico 10. Composición de las exportaciones de Colombia a la UE 2006-2010 (Mincomercio, 2011)

Algunos productos agrícolas han representado importantes volúmenes en las exportaciones colombianas como el café, el banano y las flores, sin embargo el volumen más representativo lo tiene el carbón y los productos derivados del petróleo (Ver Gráfico 11)

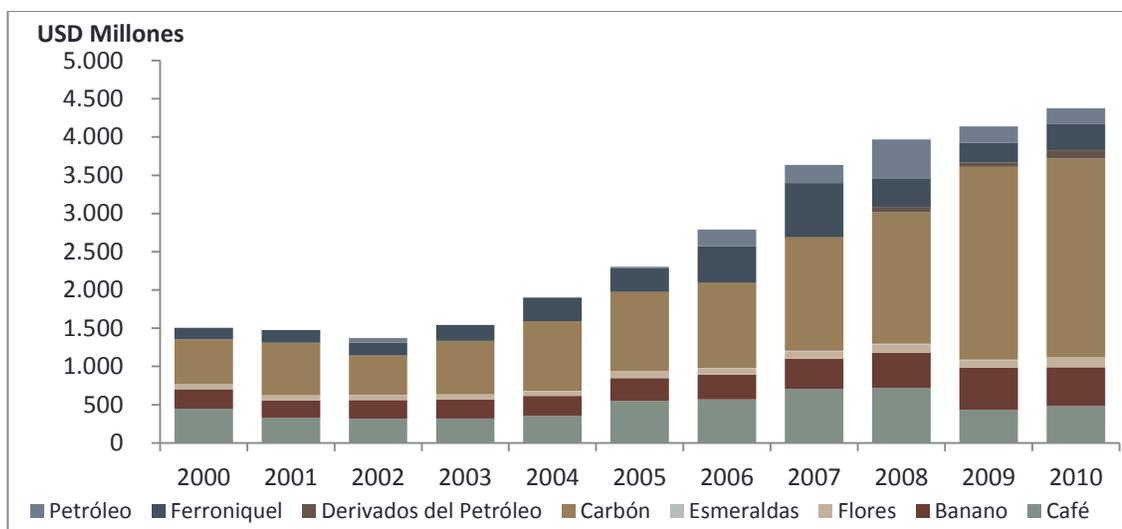


Gráfico 11. Productos tradicionales exportados por Colombia a la UE 2000-2010 (Mincomercio, 2011)

Por otro lado, las importaciones desde la UE han sido predominantemente del sector secundario, lo que representó un 97% de las importaciones en el 2010 como se puede observar a continuación:

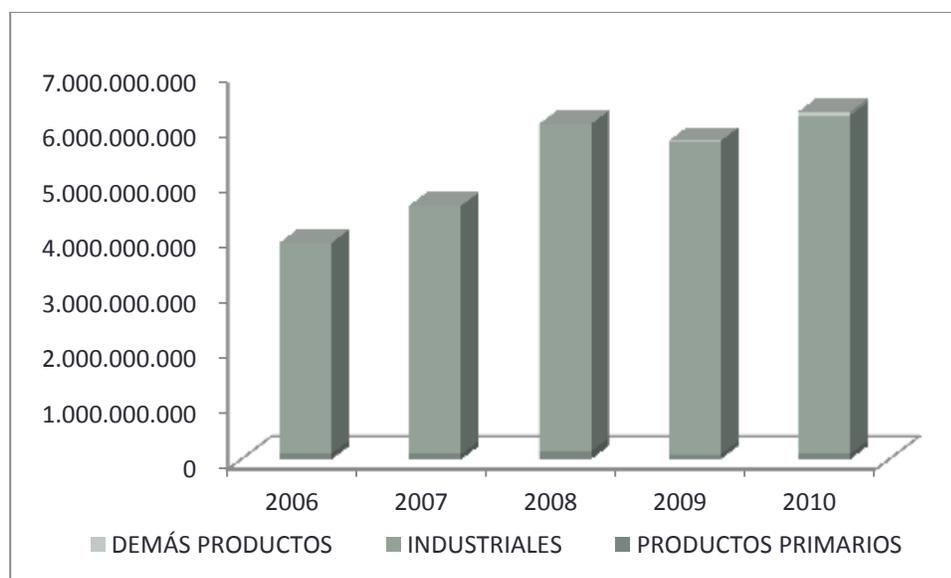


Gráfico 12. Tipo de importaciones de Colombia desde la UE 2006-2010 (Mincomercio, 2011)

De estas importaciones del sector industrial, en el Gráfico 13 se puede evidenciar el flujo de bienes de alto valor agregado como maquinaria y equipo industrial e industria básica (Metalurgia, papel, productos químicos básicos)

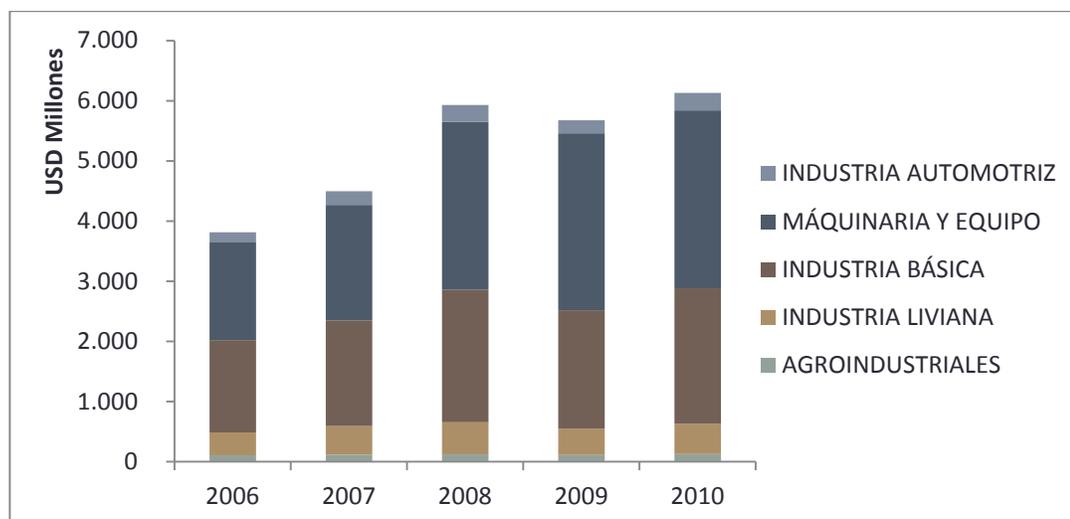


Gráfico 13. Tipos de importaciones industriales de la UE 2006-2010 (Mincomercio, 2011)

Con lo anterior se evidencia la significativa diferencia entre la vocación exportadora de Colombia, orientada a bienes primarios y sin valor agregado y la de la UE, orientada a bienes del sector secundario con alta complejidad tecnológica. Esto refleja la composición de los sectores en que estas economías han basado su desarrollo y evidencia las capacidades del mercado al que se enfrentarán los productores locales de cualquier tipo de bienes o servicios.

En lo que se refiere al Departamento de Bolívar se evidencia una composición de exportaciones a la UE diferente a la nacional, en donde las principales exportaciones corresponden a manufacturas básicas. A continuación detallamos los productos exportados por el departamento de Bolívar en el 2010 a la Unión Europea:

Tabla 28. Exportaciones Bolívar a la UE 2010

Capítulos de arancel	Valor FOB (US\$)	%
Materias plásticas y manufacturas de estas materias	26.767.250	29,36%
Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	24.716.909	27,11%

Capítulos de arancel	Valor FOB (US\$)	%
Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación	16.004.148	17,55%
Productos químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos u orgánicos	7.992.737	8,77%
Pieles (excepto la peletería) y cueros	5.945.627	6,52%
Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	2.785.106	3,05%
Fundición, hierro y acero	1.952.579	2,14%
Productos diversos de las industrias químicas	1.616.020	1,77%
Abonos	1.554.042	1,70%

Fuente: Elaboración propia con base en cifras DIAN-SIEX

Los primeros nueve capítulos de productos de exportación del Departamento de Bolívar a la UE representan casi el 98% de las exportaciones. En los principales lugares de este listado, como se puede apreciar solo figura el tabaco, como producto derivado de las capacidades agro-productivas del departamento. Mientras tanto, la industria petroquímica plástica domina la oferta exportadora conjuntamente con la industria camaronera. Aun así, el tabaco exportado corresponde a materias primas y no a bienes de consumo final.

En el departamento Bolivarenses la industria petroquímica y camaronera son más intensivas en el uso de capital que en otros factores. Siendo Bolívar un departamento con alta disponibilidad de tierras, solo tiene al Tabaco dentro de sus principales productos de exportación cuyo factor más representativo para su producción es la tierra. Esto evidencia desde la perspectiva de la teoría de Leontief, la necesidad de que el departamento de Bolívar le dé mayor importancia a la Agricultura dentro de su andar económico.

A manera de conclusión en el tema de las asimetrías, es necesario tomar en consideración que es evidente que Colombia representa una economía en vía de desarrollo, con niveles de crecimiento por encima del promedio mundial en la última década, pero con variables desfavorables como el bajo nivel de ingresos per cápita, altos niveles de pobreza y dependencia de bienes primarios entre otras. Mientras que la UE es una región en su mayoría desarrollada con un nivel de ingresos generalmente alto y que a pesar de la crisis económica no pierde su carácter de potencia económica mundial como bloque.

Más allá de lo anterior, existen otras variables que indican asimetrías significativas en aspectos como la infraestructura de los países, los sistemas de información, el nivel educativo, la seguridad y la eficiencia de las instituciones, entre otros. A estas se le suman las asimetrías medidas que se pueden evidenciar en los informes de *doing business*, en donde Colombia ocupa el puesto 42, por debajo de muchos de los países de la UE27.

Al analizar las asimetrías de las economías latinoamericanas, la CEPAL (2007) pone en evidencia los riesgos inherentes a este tipo de disparidad tan significativa tanto en el caso de las economías de la CAN y Mercosur como en el caso de Colombia con la UE. En ese sentido, se evidencian riesgos como el hecho de que los costos y beneficios de la integración económica no se repartan por igual entre los socios, provocando grados de bienestar dispares, con la posible consecuencia de aumentar la concentración de ingresos y riqueza, así como el desincentivo a ciertas actividades económicas.

4.2.2 Índices de competitividad

Como se pudo apreciar en numeral 3.2.3, en el 2010 no se presentó un gran acervo de exportaciones representativas del Departamento de Bolívar⁴ en bienes agro-productivos a excepción del tabaco, lo que evidencia la inexistencia de datos para calcular los índices de competitividad para todo el universo de oportunidades que pudieran presentarse. No obstante, la producción del tabaco, que desde hace más de 150 años ha sido un producto exportado por los cultivadores de la región de los Montes de María (Viloria, 1999), así como los indicadores de los productos exportados, serán de utilidad para ejemplificar las condiciones competitivas.

A continuación se ilustran los resultados de acuerdo al método de cálculo del Índice de Ventaja Comparativa Revelada (IVCR), el Índice de Balanza Comercial Relativa (IBCR) y el Índice de Intensidad Importadora (III) para las exportaciones de tabaco del departamento de Bolívar en el año 2009⁵, capítulo 24, partida 01 del código arancelario.

⁴Considerando que los datos de estadísticas oficiales de exportaciones en Colombia se presentan por Departamentos, se acude a calcular los índices correspondientes para el Departamento de Bolívar al que pertenece la región de los Montes de María.

⁵ El año 2009 se toma de referencia ya que es el último para el cual existen estadísticas mundiales consolidadas en la base de datos de la FAO.

Tabla 29. Cálculo del IVCR para el tabaco

Exportaciones totales de tabaco de Bolívar 2009	Xij	USD3.756.945
Exportaciones mundiales de Tabaco 2009	Xwj	USD14.386.786.000
Exportaciones totales de Bolívar 2009	Xi	USD1.263.515.194
Exportaciones totales mundiales 2009	Xw	USD12.516.000.000.000
Ventaja comparativa revelada	IVCRij	2,58676

Fuentes: Cálculos propios con base en datos de DIAN-SIEX, FAOSTAT, WTO

Como se puede evidenciar, el Departamento de Bolívar, al exportar más tabaco en proporción que el resto del mundo, tiene una ventaja comparativa probada que lo ubica como una región de potencial exportador favorable. Una de las causas de esto es que la región montemarina, históricamente recibió el influjo de inversionistas procedentes de uno de los países de mayor demanda, como lo es Alemania (Viloria, 1999), con lo cual logró mantenerse produciendo este bien.

Con esta ventaja comparativa, entonces, la región se encuentra un paso adelante para generar modelos de negocios con ventajas competitivas derivadas del conocimiento y la experiencia. Sin embargo, será necesario generar un entorno competitivo favorable y encontrar mercados crecientes que puedan absorber un potencial aumento de la producción y diversificación de la región.

Tabla 30. Cálculo del IVCR para productos agrícolas de Bolívar

Producto	Xij	Xwj	Xij / Xi	Xwj / Xw	IVCR ij
	Exportaciones de Bolívar 2009 (USD)	Exportaciones mundiales 2009 (USD)			
Name	2.127.657	56.245.000	0,00168	0,00000	374,716469
Aguacate	0	1.508.510.000	-	0,00012	0
Ajonjolí	0	1.517.428.000	-	0,00012	0
Plátano	26.958	225.392.000	0,00002	0,00002	1,18477057
Cacao (polvo+grano +manteca)	280.809	13.809.950.000	0,00022	0,00110	0,20142065
Frijol	0	2.947.967.000	-	0,00024	0
Tabaco	3.756.944	14.386.786.000	0,00297	0,00115	2,58675933
Ají y pimientos	900.577	4.429.161.000	0,00071	0,00035	2,01411596
Mangos (y Guayaba)	0	997.771.000	-	0,00008	0
Naranja	0	4.068.473.000	-	0,00033	0
Bananos	5.772	8.083.335.000	0,00000	0,00065	0,00707328

Producto	Xij	Xwj	Xij / Xi	Xwj / Xw	IVCR ij
	Exportaciones de Bolívar 2009 (USD)	Exportaciones mundiales 2009 (USD)			
Piña	0	2.461.552.000	-	0,00020	0
Papaya	0	197.201.000	-	0,00002	0
Frutas y hortalizas en general	2.477.827	159.679.905.000	0,00196	0,01276	0,1537113

Fuente: cálculos propios con datos de Faostats y Base de datos Legiscomex.

Con lo anterior se evidencia que Bolívar no solo presenta una ventaja comparativa revelada en la exportación de tabaco, sino que también lo tiene con el ñame, plátano y ají. Sin embargo, en relación a los demás productos que son producidos pero no exportados, se evidencia la inexistencia de una ventaja explotada hasta ahora. Es decir, si bien en el caso de algunos productos, históricamente se logró crear una ventaja comparativa, los demás productos no fueron explotados de la misma manera y hoy no es posible evidenciar este tipo de ventaja.

En lo que se refiere al Índice de la Balanza Comercial Relativa, se encuentra que las importaciones de tabaco en Bolívar llegan a USD 10.176, por lo que el cálculo, de acuerdo a esta metodología, arroja un IBCR de 0,9946. Esto quiere decir que en materia de producción tabacalera se pudiera concluir que existe una ventaja competitiva en la región.

Ahora, mirando el Índice de Intensidad Importadora de la UE encontramos que esta zona importa proporcionalmente más tabaco que el resto del mundo; lo que la ubica en una posición prioritaria como destino de exportaciones para la promoción de este bien, como se muestra a continuación:

Tabla 31. Cálculo del III de tabaco para la UE

Importaciones de tabaco de la UE 2009	Mbj	USD 5.852.865.000
Importaciones totales de la UE 2009	Mb	USD 4.746.820.000.000
Importaciones totales mundiales 2009	Mw	USD 12.720.000.000.000
Importaciones mundiales de tabaco 2009	Mwj	USD 14.546.927.000
Índice de intensidad importadora	III	1,07816

Fuente: Cálculos propios con datos de FAOSTAT y WTO

Ahora, si bien en la actualidad no se cuenta con información relevante sobre las exportaciones de los productos agrícolas del departamento de Bolívar, si es posible

identificar la intensidad importadora de la Unión europea para los principales cultivos que en la actualidad tiene el Departamento con base en la información disponible en las bases de datos de la FAO:

Tabla 32. III de la UE para principales productos agrícolas de Bolívar

	Importaciones mundiales	Importaciones de la UE	III
Ñame	62.931.000	290.000	0,01235
Aguacate	1.762.125.000	688.091.000	1,04639
Ajonjolí	1.623.314.000	230.035.000	0,37973
Plátano	374.379.000	199.918.000	1,43095
Cacao (polvo, grano y manteca)	14.539.302.000	8.221.359.000	1,51525
Frijol	3.129.458.000	568.052.000	0,48641
Tabaco	14.546.927.000	5.852.865.000	1,07816
Ají y pimientos	4.588.757.000	2.422.614.000	1,41473
Mangos y Guayaba	1.011.470.000	508.313.000	1,34667
Naranja	4.250.878.000	2.229.188.000	1,40525

Fuente: cálculos propios con datos de FAOSTAT y WTO

Tabla 33. III de la UE para otros productos agrícolas

Bananos	11.179.540.000	6.015.169.000	1,44181
Piña	3.181.789.000	1.678.743.000	1,41383
Papaya	240.644.000	95.071.000	1,05866
Frutas y hortalizas en general	168.261.361.000	84.291.202.000	1,34240

Fuente: cálculos propios con datos de FAOSTAT y WTO

Como se puede apreciar, la UE resulta un mercado con un índice de intensidad importadora superior a 1, queriendo decir que importa más en proporción al resto del mundo para la mayoría de los productos que actualmente se producen en el Departamento de Bolívar, exceptuando los dos bienes que ocupan los primeros renglones: Ñame y Yuca⁶, además de frijol y ajonjolí (semilla de sésamo).

Estos datos suponen entonces indicios claros de oportunidades en el mercado de la UE, pero evidentemente, no en los productos más tradicionales de la región. Sin embargo, las cifras solo son un reflejo de lo que en la práctica sucede con los consumidores y con el

⁶La yuca incluso no figura en las cifras oficiales de las bases de datos de comercio mundiales: Faostat y WTO

mercado de los productos agrícolas. Es por esto que se hace necesario entrar a conocer cuál es la tendencia de consumo de estos bienes, con el objetivo de encontrar oportunidades sostenibles en las tendencias de esa región.

4.3 Oportunidades del Mercado

Para determinar las oportunidades del mercado se han tomado dos vías. Una primera vía consiste en determinar, como en el numeral anterior, los productos que presentan ventajas comparativas/ competitivas por cuenta de diferentes índices de competitividad hasta ahora utilizados para este fin, y una segunda vía tiene que ver con determinar, desde el punto de vista de la demanda, las tendencias de consumo de bienes agro-productos en la UE que tienen potencial y cuyo análisis puede ser acotado a segmentos y oportunidades puntuales.

4.3.1 Tendencias de consumo

La identificación de tendencias de consumo en la UE es un aspecto que marca el derrotero para determinar a ciencia cierta qué productos, dentro del vasto universo de referencias y posibilidades son los de mayor potencial y sobre los cuales vale la pena profundizar en el análisis.

La mayor parte de los sectores relacionados con bienes de producción agrícola, tanto para fines alimenticios como para transformación industrial, que se presentan en ese aparte han sido estudiados por el Centro de Promoción de Importaciones de países en vía de desarrollo de la Unión Europea (CBI – Por sus siglas en idioma Neerlandés), de tal manera que a continuación se presentará una compilación de lo que esta entidad considera como oportunidades que pudieran ser aprovechadas y que los autores extienden a la región de los Montes de María considerando sus características climáticas y la vocación productiva derivada de su localización.

En la Ilustración 6, vemos a manera de ejemplo, como a partir de las posibilidades de producción agrícola, los bienes pueden ser utilizados como productos de consumo o productos industriales. Sin embargo, el entorno competitivo presenta unas barreras que actúan como un filtro de las oportunidades y al final, dependiendo de la competitividad de los productores y las características del mercado, se identifican unos nichos específicos a

los cuales pueden acceder y competir los productores. Este esfuerzo de identificación es el que se realiza a continuación.

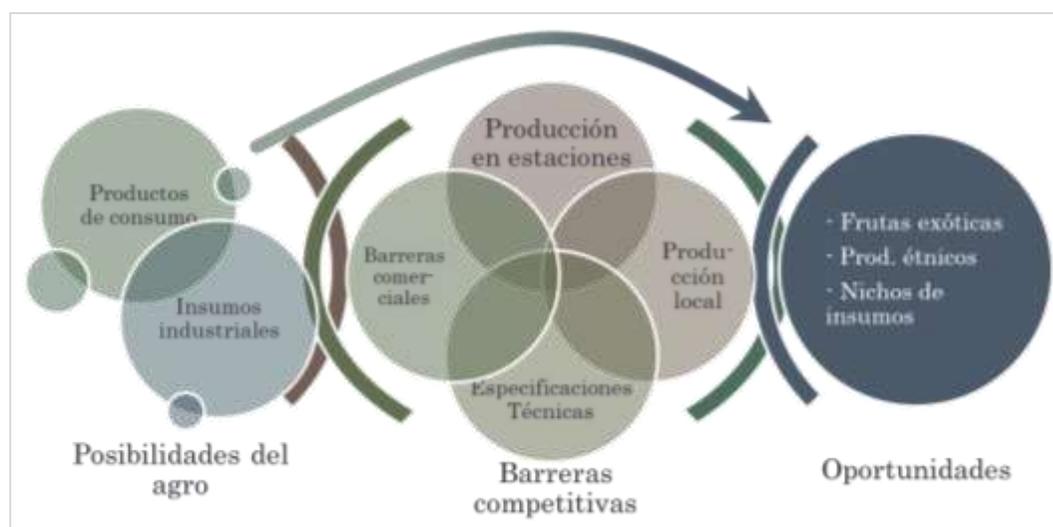


Ilustración 6. Fuentes de oportunidades para el agro (Elaboración propia)

Estafuente especializada en el análisis de mercado para la UE revela que la realidad de la UE como mercado para bienes alimenticios se puede sintetizar de la siguiente manera:

El Mercado de alimentos en la UE es altamente competitivo, ya que los consumidores no van a comer más de lo que lo hacen hoy día, a lo sumo pasarán a consumir otro tipo de productos. Por otro lado, los consumidores europeos presentan cada vez más una alta demanda de productos relacionados con la conveniencia, así como alimentos étnicos, seguros, saludables y orgánicos. (CBI, 2011)⁷

A simple vista esta conclusión indica que no bastará con condiciones de acceso favorables al mercado para lograr competitividad, sino que para identificar de manera puntual las oportunidades que existen para los bienes derivados del agro, es necesario analizar en profundidad sus tendencias de consumo. Los elementos de este tipo de análisis dan cuenta de dos factores determinantes dependiendo del tipo de cliente al que se enfrenten los productores; uno es el consumidor final que demanda productos bien sea frescos o procesados listos para el consumo y el otro, que representa un nuevo desafío y

⁷Traducción propia de los autores

nuevas oportunidades que es el cliente industrial, para el que los bienes son un insumo o ingredientes para su producto final.

En lo que se refiere a los bienes de consumo, se encuentra que este segmento se puede separar en dos grandes grupos: los productos frescos que no son procesados químicamente, como son los naturales y que en ocasiones requieren preparación por parte del consumidor y los de conveniencia o procesados. Por otro lado, en cuanto a las tendencias de consumo de alimentos en Europa, basadas en aspectos socio-culturales, encontramos criterios como las preferencias por variedades exóticas, étnicas, saludables y de producción responsable en lo ambiental y social (Freshfel, 2009).

En la siguiente matriz se identifican los productos con relevancia en el mercado de la Unión Europea según la CBI (2011) y que representen en este sentido una oportunidad para su aprovechamiento por parte productores interesados:

Tabla 34. Mezcla de productos potenciales en la UE

Tipo de consumo	Categoría	Productos	
Bienes de consumo final	Frescos	Frutas tropicales y frutas exóticas	Mango, banano, plátanos, dátiles, higos, piña, aguacate, guayabas, mangos y mangostanes, lichis, cítricos (naranja, mandarina, lima, limón, pomelo), melón, sandía, papaya kiwis, maracuyá, carambola y pitahaya.
		Vegetales	Guisantes (Alverja), frijoles, yuca, ñame
		Orgánicos	Frutas frescas
	Procesados	Conveniencia	Frutas pre-cortadas, porcionadas, pre-lavadas, pre-empacadas.
Bienes de consumo intermedio	Ingredientes	Alimentos	Cacao (para producción de chocolates)
		Cosméticos	Plantas con semillas oleaginosas (Cacao, nueces, almendras, etc.), flores y plantas productoras de aceites esenciales; y savias y extractos de plantas.
		Farmacéuticos	Plantas aromáticas, savias y extractos vegetales (como el aloe); y alcaloides.

Fuente: Elaboración propia con base en documentos de CBI

4.3.2 Barreras del sector

Debido a que la UE es por sí misma una región productora de bienes agrícolas y que estos bienes se encuentran en muchas ocasiones subsidiados, a continuación se identifican los

grupos de productos en donde las barreras competitivas son altas debido a factores como el transporte, condiciones técnicas o la calidad de los productos derivadas de las condiciones físicas de producción.

Productos de invernadero: Alimentos como los vegetales y hortalizas que son producidos en invernaderos, por lo general se encuentran disponibles durante todo el año en las diferentes plazas de mercados locales en la UE y provienen igualmente de productores locales. De esta manera, se puede decir que es un mercado que no representa gran oportunidad para competir. Entre estos productos se encuentran los tomates, zanahorias, coles, cebollas y lechugas.

Productos de contra-temporada: Existe un gran número de frutas y hortalizas que son producidas bajo condiciones climáticas que se encuentran en el territorio la UE, pero que dependen de las estaciones para su producción. Estos son productos que generalmente se obtienen de locaciones del hemisferio opuesto en donde las estaciones se dan en diferente época del año. En este sentido, igualmente se descarta a Colombia como potencial abastecedor. Entre los productos que tienen estas características se encuentran las manzanas, peras, albaricoques, cerezas, duraznos y bayas (fresa, mora, frambuesa) entre otras. Estos productos se reconocen como productos sustitutos de las frutas tropicales que pueden ser producidas en regiones ecuatoriales como en la que se encuentra Colombia.

Consideraciones técnicas. En lo que se refiere a los insumos para productos farmacéuticos e incluso en el tema de los ingredientes para cosméticos, es necesario considerar que la regulación de la UE presenta estrictas medidas para el aseguramiento de la salud de la población y por lo tanto la decisión para la producción y comercialización de productos en este segmento deberá contar con el acompañamiento directo de las empresas usuarias en la UE y contar con las certificaciones de cada caso.

Adicionalmente, este mercado, en lo que se refiere a savias y extractos de plantas es tan amplio como la cantidad de variedades que son utilizadas por las multinacionales farmacéuticas, que puede llegar a 50.000 variedades de plantas para sus diferentes usos(CBI, 2009). De esta manera, este estudio se limita a la identificación de condiciones

generales de mercado y no particulariza oportunidades puntuales por cuanto ya corresponderá a las empresas y a las iniciativas privadas su estudio particular.

4.3.3 Oportunidades Abiertas

La FAO en su sistema de estadísticas revela que existen más de 300 referencias de productos alimenticios que son importados a la UE cada año, de tal manera que para filtrar las oportunidades que puede representar este mercado para Colombia es necesario acudir nuevamente al CBI, del cual se derivan algunas recomendaciones de mercados para países en desarrollo que han sido filtradas, considerando las condiciones tropicales de la región de los Montes de María como se pudo ver en el capítulo anterior.

Considerando las tendencias del mercado y las capacidades de los factores de producción sub-regionales, las oportunidades pueden ser aprovechadas enfocando la producción en tres frentes principalmente; 1° frutas exóticas de alto crecimiento en la demanda, 2° productos étnicos de mediano crecimiento y baja saturación en el mercado, y 3° ingredientes para procesamiento industrial para fabricación de derivados como el cacao y la palma. Por otro lado, como un 4° punto, considerando las exigencias del mercado, es una oportunidad (y una necesidad) el promover la incorporación de valor agregado de manera programada y sistemática a los productos de la región para satisfacer las necesidades que de acuerdo a la tendencia de la población a orientarse al consumo de productos listos para consumir y de conveniencia.

A continuación se presentan las consideraciones derivadas del comportamiento del mercado para cada grupo de oportunidades.

Frutas exóticas. Considerando que la UE es un importante productor de frutas, principalmente manzanas, uvas, duraznos y mandarinas, la oportunidad en este segmento está orientada a las frutas tropicales como mango, piña, banano, papaya, maracuyá, guayaba, melón y patilla, con los que los consumidores se familiarizan más frecuentemente. Otras opciones son productos como los cítricos que en la UE se producen solo en temporadas y el kiwi (CBI, 2009).

Mango. Como se muestra a continuación, el Reino Unido, Alemania, Holanda, Francia y Portugal son los principales consumidores de mango, llegando a consumir casi 170.000 toneladas de este producto entre los 5 países en el 2008 (FAO, 2011).

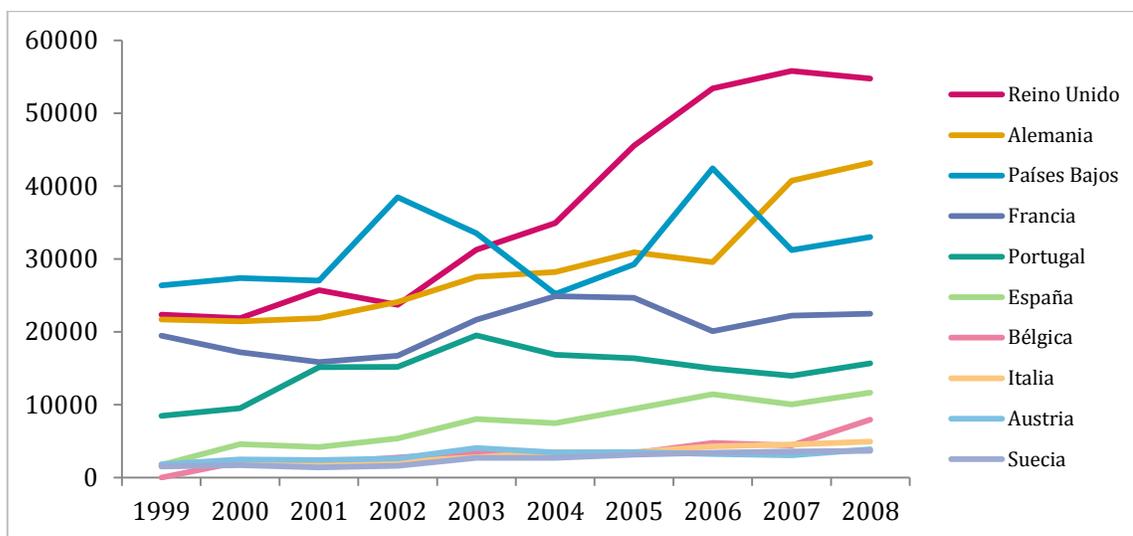


Gráfico 14. Consumo de mango en 10 principales países de la UE 1999 –2008 (FAO, 2011)

De otro lado, al mirar en el siguiente gráfico el consumo per cápita de mango en la UE, se encuentra que los Países Bajos, Portugal y el Reino Unido han presentado la mejor oportunidad en los últimos años y son los países que presentan mayor familiaridad con esta fruta tropical.

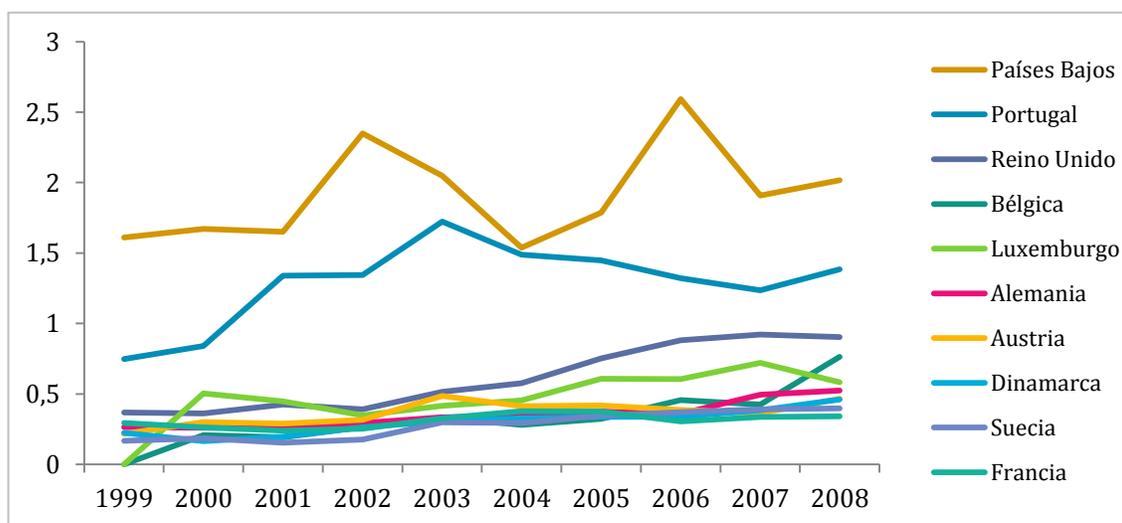


Gráfico 15. Toneladas de mango consumidas por cada 1000 habitantes en 10 principales países de la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)

En cuanto a la producción de mango en el mundo, Colombia se ubicó en el 21vo lugar en el 2009 con 187.000 toneladas producidas, mientras los mayores productores mundiales son India, China, Tailandia, Indonesia, Pakistán, México y Brasil como se puede apreciar en el Gráfico 16. Producción mundial de mango 2009.

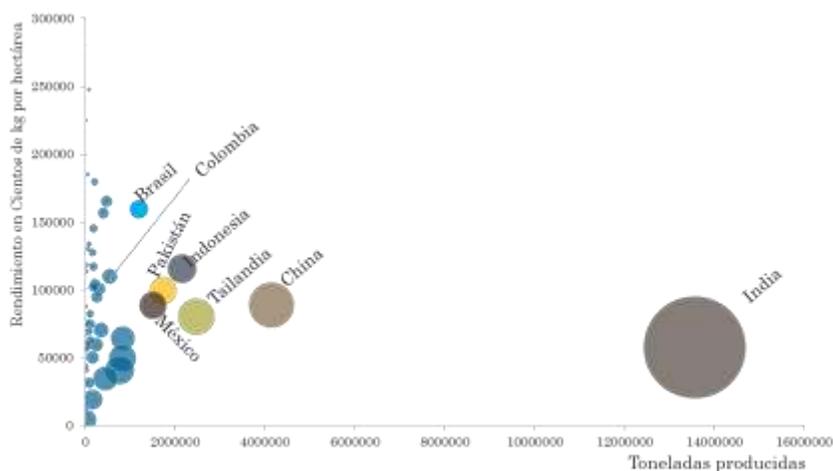


Gráfico 16. Producción mundial de mango 2009 (FAO, 2011)

Piña. El consumo de esta fruta ha sido creciente en casi todos los países de la UE, destacándose las importaciones de casi 140.000 toneladas en Alemania, seguido por Italia, Reino Unido y España; y en años recientes República Checa y Portugal como se puede apreciar a continuación.

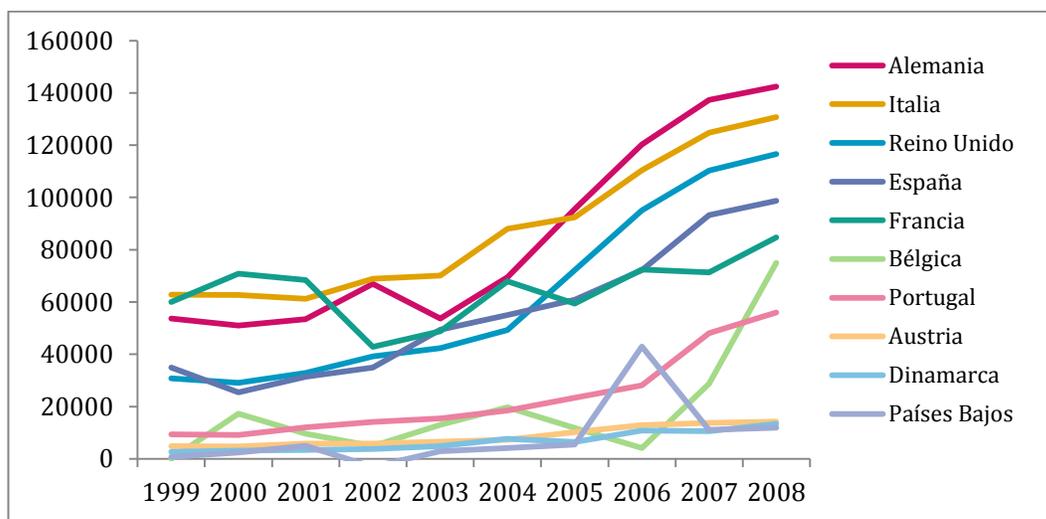


Gráfico 17. Consumo de piña en 10 principales países de la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)

En lo que se refiere al consumo per cápita, se encuentra que Bélgica y Portugal son los mayores consumidores, llegando a consumir alrededor de 7 y 5 kg por habitante al año respectivamente.

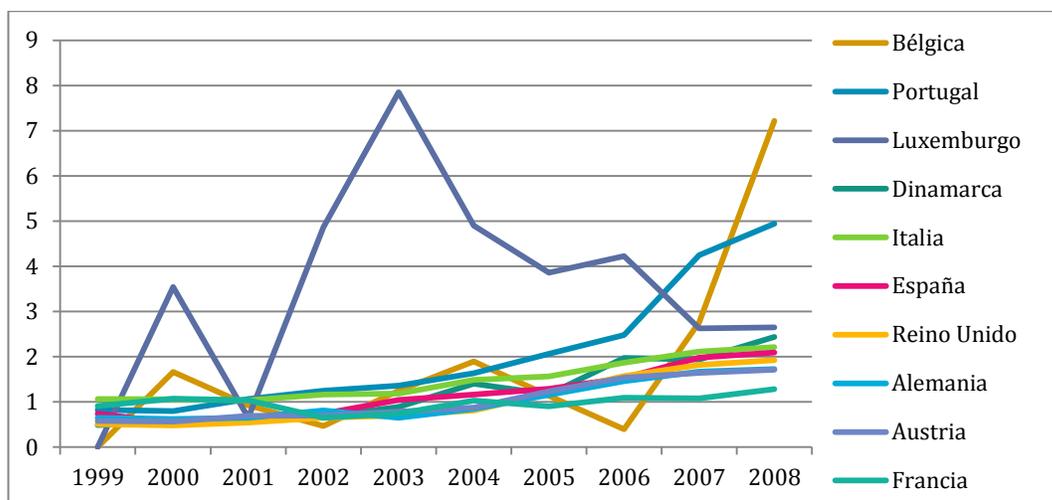


Gráfico 18. Toneladas de piña consumidas por cada 1000 habitantes en 10 principales países de la UE, 1999 – 2008 (FAO, 2011)

En la producción de piña, países como Filipinas, Costa Rica y Tailandia se destacan por su alta producción, seguidos por Indonesia que presenta un alto rendimiento por hectárea sembrada. En este producto Colombia no figura, aun teniendo las condiciones climatológicas y la disponibilidad de terreno.

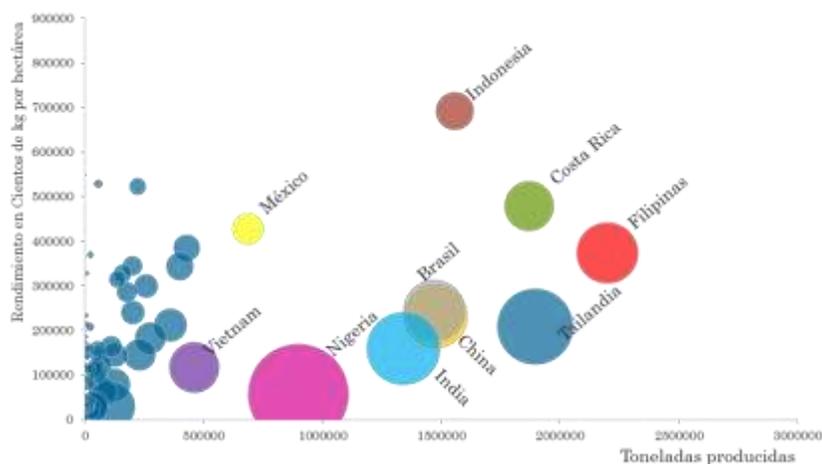


Gráfico 19. Producción mundial de piña 2009 (FAO, 2011)

Banano. Esta es la fruta de mayor consumo en la UE, se considera un mercado saturado, por cuanto su consumo per cápita, como se puede apreciar más adelante, no crece de manera significativa, además del hecho, que en algunos casos, esta fruta presenta un consumo de más de 17 kilogramos por habitante al año, mientras que otras frutas se encuentran en un rango de menos de 1 y hasta 3 kilogramos por habitante al año.

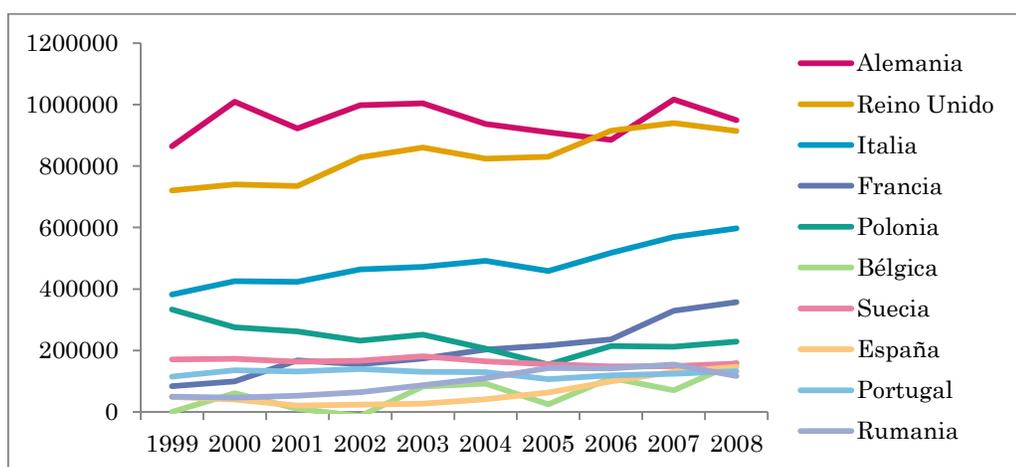


Gráfico 20. Consumo de Banano en 10 principales países de la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)

Suecia es el mercado con más alto consumo de banano por habitante al 2009, presentando una gran estabilidad en los últimos años, seguido por Dinamarca, Bélgica, Reino Unido y Eslovenia.

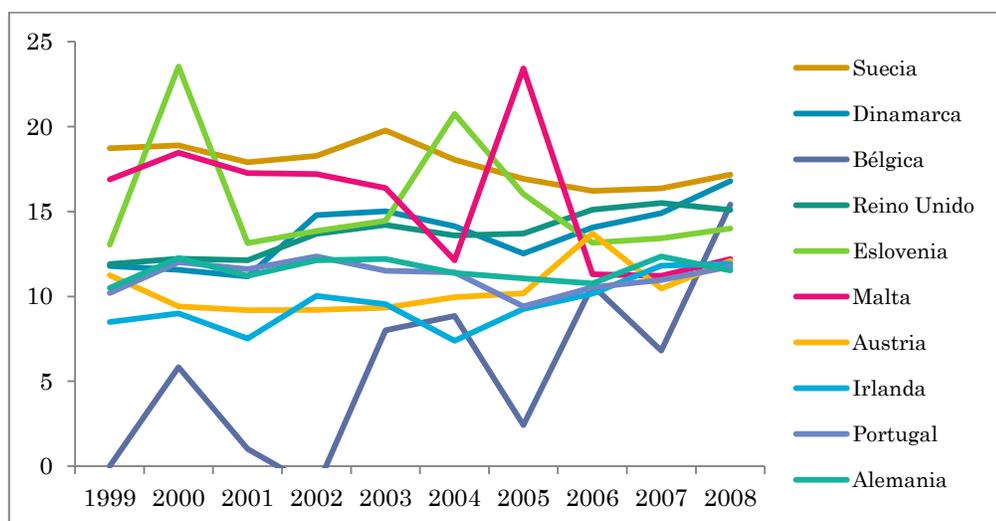


Gráfico 21. Toneladas de banano consumidas por cada 1000 habitantes en 10 principales países de la UE, 1999 – 2008(FAO, 2011)

En lo que se refiere a la producción de banano, se puede apreciar como India con la mayor cantidad de hectáreas sembradas es el mayor productor de esta fruta, seguido por Filipinas, China, Ecuador y Brasil; en este caso nuevamente se desataca el alto rendimiento por hectárea de Indonesia. Colombia, por su parte, se encuentra en el 11vo lugar.

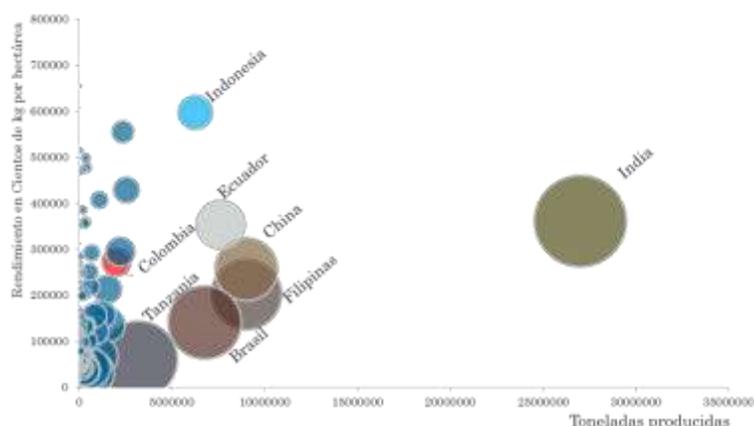


Gráfico 22. Producción mundial de banano 2009 (FAO, 2011)

Papaya. Aunque el consumo de esta fruta es relativamente bajo comparado con las demás analizadas en este trabajo, se puede ver como realmente su comercio ha aumentado en gran medida en los últimos años en algunos países de la UE como Portugal y España, aunque los mayores importadores han sido el Reino Unido y Alemania.

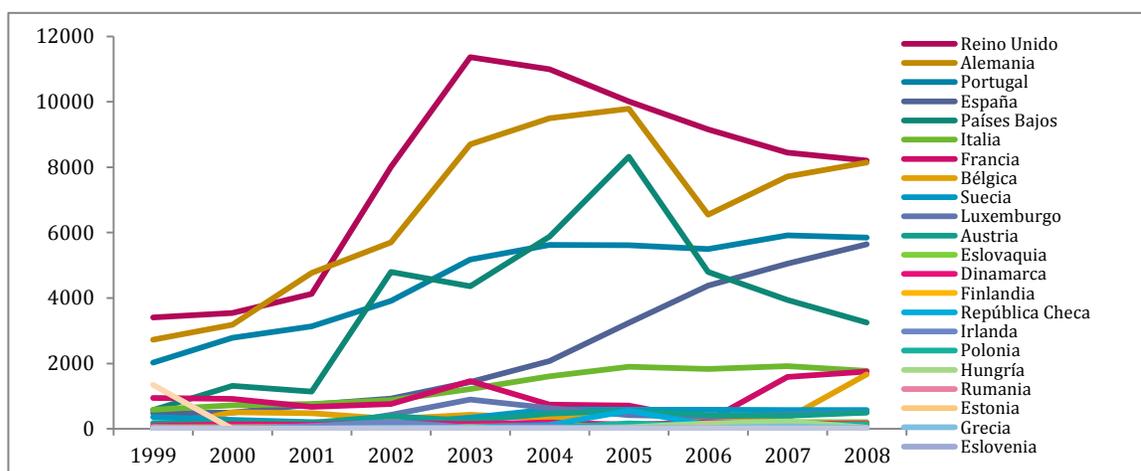


Gráfico 23. Consumo de papaya en la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)

Por su parte Luxemburgo es el mayor consumidor per cápita de Papaya, aunque este valor no pasa de un kilogramo por habitante al año. Se espera que en los demás países se

aumente este valor considerando las tendencias de consumo de productos naturales y saludables (CBI, 2009).

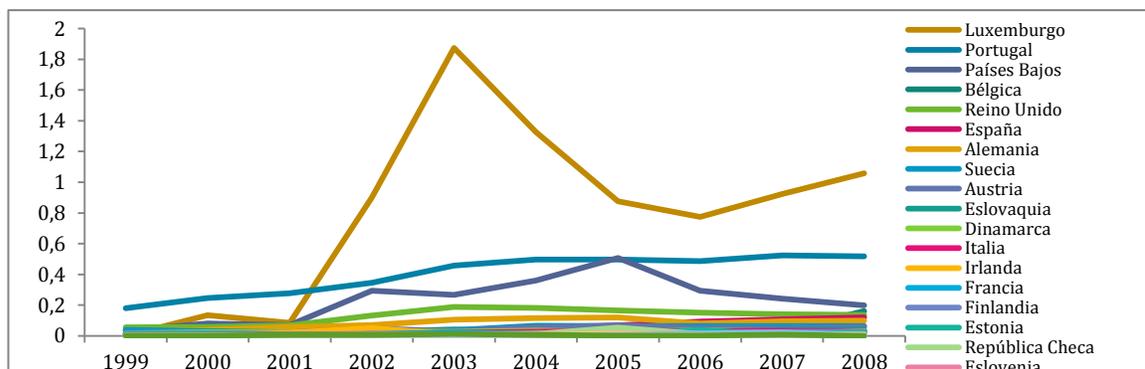


Gráfico 24. Toneladas de papaya consumidas por cada 1000 habitantes en la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)

En este producto la oferta mundial es menos diversificada, con cinco grandes productores: India, Brasil, Nigeria, México e Indonesia.

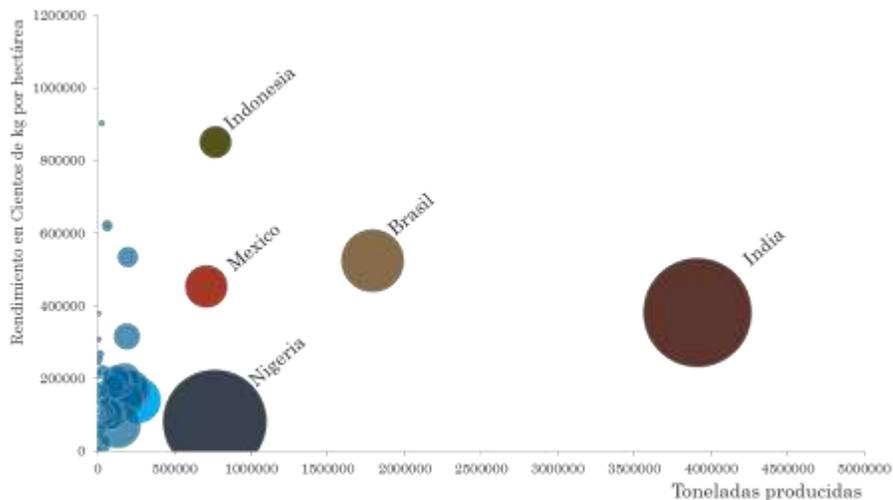


Gráfico 25. Producción mundial de papaya 2009(FAO, 2011)

Otras frutas exóticas. Frutas como la maracuyá, guayaba, melón y patilla también presentan oportunidades, sin embargo su comercio y producción aun no presenta gran representatividad en la UE. Aun así, se espera que por las características de la población de la UE en lo que se refiere a tendencias de consumo, el comercio de estos productos crezca.

Una ventaja que presenta su comercialización son los precios de mercado que están dispuestos a pagar los consumidores por probar estas frutas exóticas.

Productos étnicos. Esta categoría corresponde a productos con los que la población no se encuentra estrechamente familiarizada y los asocia con culturas diferentes a la propia. Dentro de estos se identifican la yuca o cassave (mandioca), el ñame y el aguacate o palta.

Yuca. De acuerdo a las estadísticas de la FAO, no se revela la comercialización de la yuca en “fresco” en la UE, pero si existe comercio de fécula o almidón de yuca, que es usada principalmente como insumo para otros alimentos como panes y preparaciones en restaurantes, además de su reciente uso como insumo para elaboración de biocombustibles. A continuación se identifican los países que más la comercializan. En este caso se presentan las importaciones menos las exportaciones (que representan re-exportaciones a otros países, sean miembros o no de la UE)

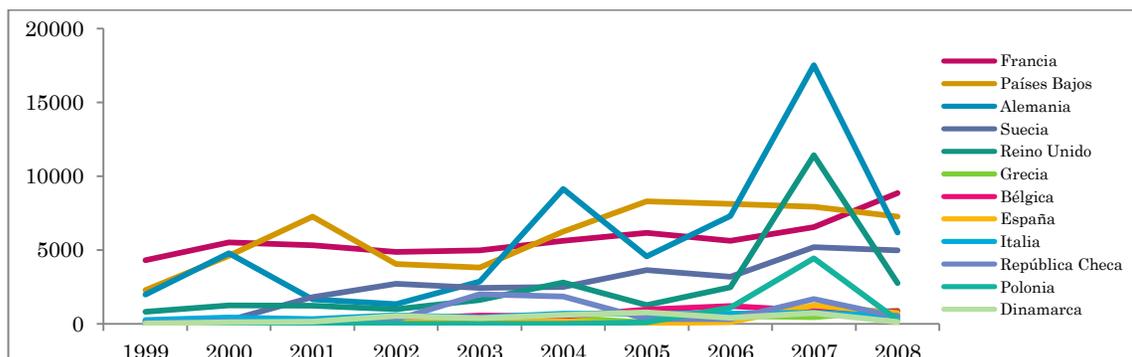


Gráfico 26. Toneladas de fécula de yuca consumida en la UE 1999 – 2009 (I-X⁸) (FAO, 2011)

Nótese cómo Francia, Países Bajos y Suecia han sido regulares consumidores de fécula de yuca en los últimos años. La oportunidad de este producto se encuentra en la agregación de valor como lo ha logrado Tailandia en la producción de almidón de yuca altamente refinado (FAO, 2006). Los principales productores de yuca en el mundo se muestran a continuación:

⁸ I= Importaciones; X= Exportaciones

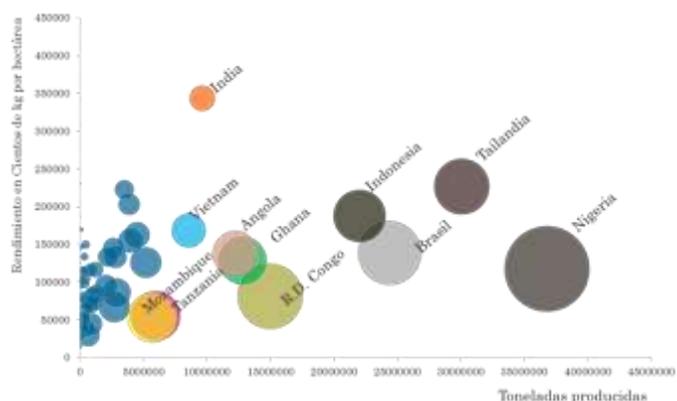


Gráfico 27. Producción mundial de yuca 2009 (FAO, 2011)

Ñame. En lo que se refiere a la producción de ñame, dentro de la UE existe solo una pequeña producción en Portugal, país que es tanto importador como re-exportador. En lo que se refiere a la producción mundial, la mayor representatividad la tiene Nigeria, seguido tímidamente por Costa de Marfil, Ghana y Benín:

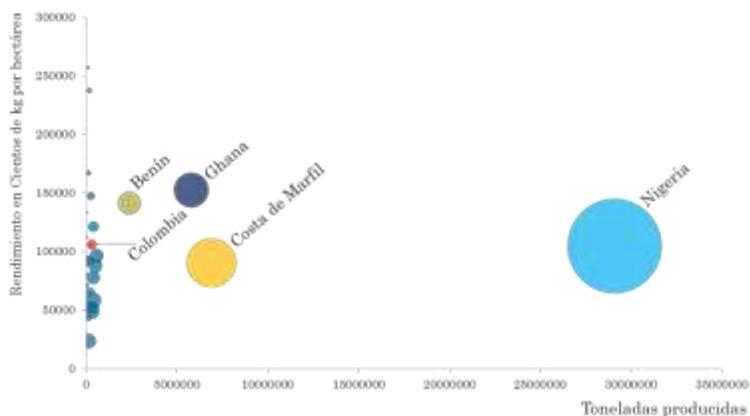


Gráfico 28. Producción mundial de ñame 2009 (FAO, 2011)

Aguacate. Aunque existe producción de aguacate en países como España, Portugal, y en menor medida en Grecia, Chipre y Francia, el consumo es mucho mayor a la producción local de la UE, de tal manera que debe acudir en todo caso a las importaciones.

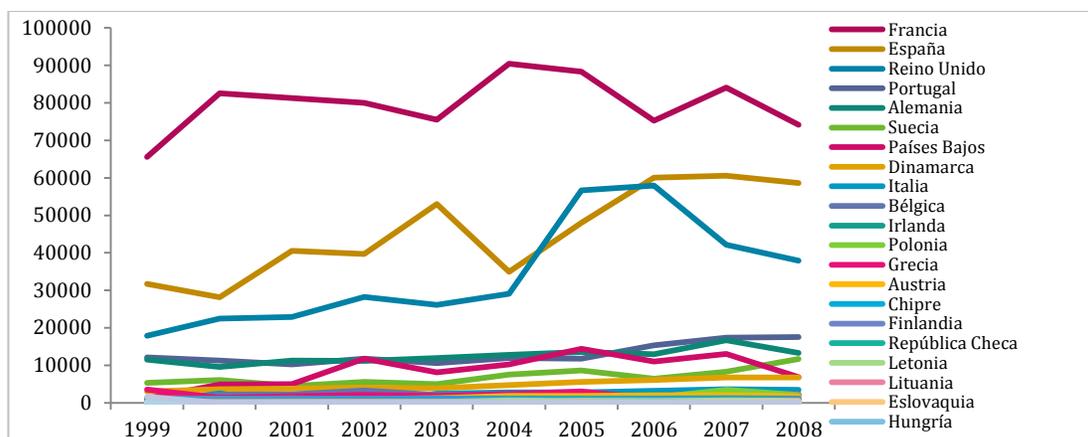


Gráfico 29. Consumo de aguacate en la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)

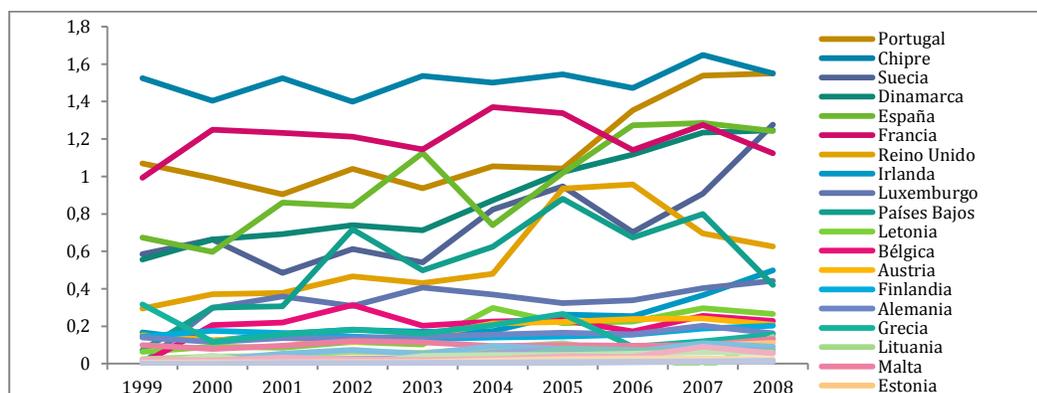


Gráfico 30. Toneladas de aguacate consumidas por cada mil habitantes en la UE 1999 – 2008 (FAO, 2011)

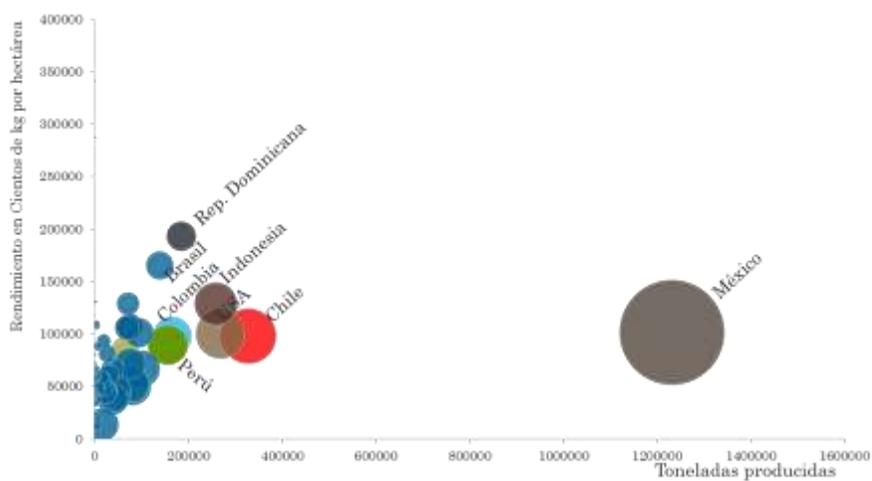


Gráfico 31. Producción mundial de aguacate 2009 (FAO, 2011)

Ingredientes para alimentos y otros usos. En este segmento se encuentra como principales productos, el cacao y el aceite de palma, los cuales no son producidos en la UE y presentan una alta y creciente demanda.

Cacao. Este es un ingrediente que es usado como insumo para preparación de productos de confitería y repostería, especialmente chocolates en diferentes presentaciones que van desde dulces hasta bebidas calientes. La industria europea se caracteriza por su reputación como productor de chocolates de alta calidad aun cuando en el continente europeo no se reportan cultivos de su insumo principal, el cacao.

Este insumo se puede encontrar en el mercado en grano o en polvo dependiendo del uso que se le dé en la industria. Los productores de chocolates en la UE se sitúan principalmente en los Países Bajos y Alemania. Cerca del 40% de la molienda de cacao toma lugar al interior de la UE, en donde los productores exportan bienes de consumo final a Rusia y otros países intra-UE.

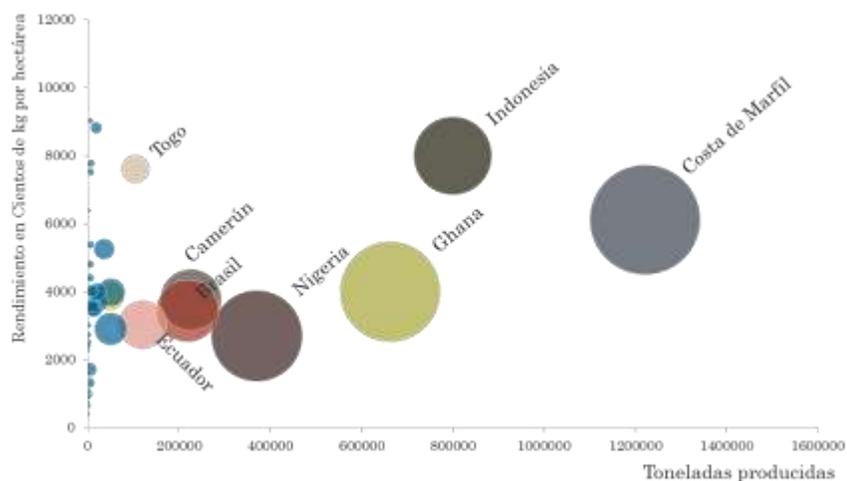


Gráfico 32. Producción mundial de cacao 2009 (FAO, 2011)

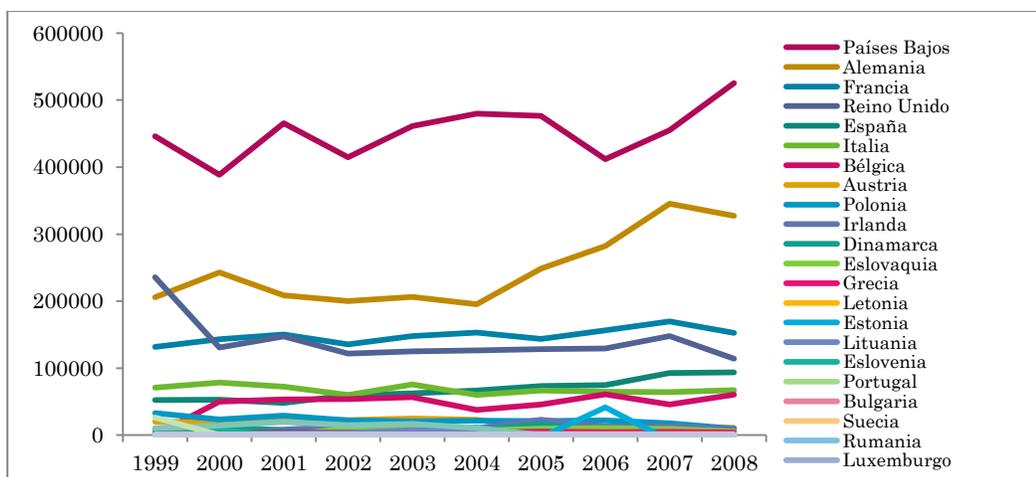


Gráfico 33. Consumo de cacao en grano en la UE 2009 (I - X) (FAO, 2011)

Palma. Este es el insumo básico para la producción de aceite de palma que puede ser usado tanto para consumo humano como para bienes industriales como cosméticos y más recientemente para la producción de biocombustibles. Las estadísticas de comercio del aceite de palma en la UE se muestran a continuación, cabe aclarar que para efectos de las barreras arancelarias, se diferencia la preparación de aceite para uso industrial de su preparación para el consumo como alimento.

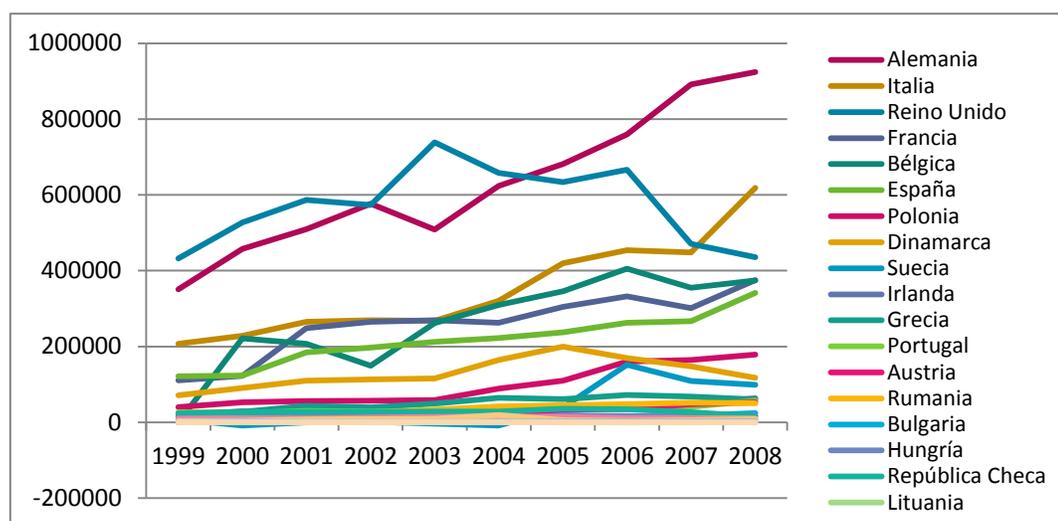


Gráfico 34. Consumo de aceite de palma en la UE 1999 - 2008 (I - X)⁹(FAO, 2011)

⁹ Se excluye Países Bajos del análisis por cuanto las estadísticas para este país varían por su carácter de hub re-exportador.

flores, botones, algunas hierbas, maderas, raíces y otras. Un tercer grupo corresponde a las savias y extractos de plantas que son utilizados como emulsificantes, estabilizantes, agentes de suspensión y agentes gelatinoso.

En general se puede concluir que este segmento corresponde a nichos muy particulares y que su comercialización debe estar naturalmente orientada a las industrias productoras de cosméticos. La exploración del potencial de mercado particular para las plantas que requiere este segmento requerirá mayor investigación desde los puntos de vista técnico y de mercado.

Insumos naturales para productos farmacéuticos. En este segmento, como se ha dicho anteriormente existen un sinnúmero de referencias de plantas que se utilizan normalmente para la producción de fármacos. Para entrar a atender este tipo de oportunidades, no solo es imperativo identificar un nicho de mercado, sino que también se requiere que los empresarios entren a desarrollar una oferta de productos que requieren un nivel de complejidad mucho mayor en la medida en que la normatividad es mucho más exigente para la entrada a la UE (CBI, 2009).

Más allá de esto, resulta prudente identificar las principales áreas de oportunidad en este segmento, que se encuentran, de acuerdo al CBI (2009), en tres grupos principalmente: plantas medicinales y aromáticas; savias y extractos vegetales y alcaloides vegetales. En este último grupo resulta de mayor relevancia aún la normatividad, por cuanto algunas plantas requieren permisos especiales para su comercio, pues con estas es posible producir sustancias ilegales.

4.4 Análisis de TLC-UE para los Montes de María

El 19 de Mayo de 2010, Colombia y la Unión Europea suscribieron el TLC Colombia-UE que surge como el instrumento adecuado para intensificar el intercambio comercial entre Colombia y el bloque económico más grande del mundo. Este tratado nace en el giro de la dinámica multilateral (Comunidad Andina de Naciones) a la bilateral en las relaciones internacionales, dejando de manifiesto las limitaciones existentes en los procesos regionales de integración.

El TLC de Colombia con la UE fue negociado por el gobierno nacional, bajo ciertas consideraciones generales, en donde se pretende incentivar la cooperación económica. Este Acuerdo se enmarca en la política de internacionalización de la economía colombiana y está enfocado en lograr un mayor crecimiento y desarrollo económico mediante una relación preferencial y permanente con un actor fundamental en la economía mundial, con el fin de generar nuevas oportunidades de empleo, mejorar la calidad de vida de la población, aumentar su bienestar y contribuir al desarrollo del país (Ministerio de Comercio, 2010).

Este tratado es una respuesta a las barreras comerciales existentes sobre el comercio internacional. Cabe resaltar que este TLC, actualmente está en espera de ratificación por parte del Parlamento Europeo para que empiece su vigencia; esta ratificación se tiene prevista para el primer o segundo trimestre del año 2012.

El objetivo primordial de este tratado es la cooperación entre las partes para la facilitación del comercio de bienes y servicios con disposiciones aduaneras, normas y reglamentos técnicos completamente claros que permitan transar en un ambiente de plena transparencia. Evidentemente no se ha dejado de lado aspectos fundamentales como la inversión, propiedad intelectual, contratación pública, competencia, entre otros, que de una u otra forma influyen en el comercio y desarrollo económico de la región.

Con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y la Unión Europea se dejaría la necesidad de ratificar cada tres años el Sistema General de Preferencias - SPG¹⁰, pues todo el marco arancelario y normativo que se utiliza actualmente entre Colombia y la Unión Europea mediante el SGP PLUS quedaría incluido en el nuevo acuerdo, con la ampliación hacia otro tipo de productos, lo que muy probablemente intensifique las transacciones comerciales entre el bloque económico y Colombia. Este TLC se presenta como una oportunidad para que el empresario colombiano consolide sus negocios con Europa.

¹⁰ El Sistema General de Preferencias – SGP, es un instrumento de la política de la Unión Europea que busca apoyar a los países en vía de desarrollo. Consiste en una reducción (y en algunos casos eliminación) de las tarifas de entrada de productos seleccionados provenientes de países en vía de desarrollo. El SGP Plus o SGP+ contiene una lista ampliada de productos orientados a incentivar al desarrollo sostenible y buen gobierno de países seleccionados bajo los criterios de la UE; en este último aplica Colombia como país que necesita incentivos para combatir el narcotráfico y los cultivos ilícitos (Comisión Europea, 2011).

4.4.1 Negociaciones en el sector Agrícola.

En el ámbito agrícola, se dan las disposiciones para el uso de salvaguardias por parte de Colombia y la Unión Europea. Se establecen salvaguardias en formas de aranceles suspendiendo la reducción y/o aumentándolo sin exceder la tasa de la NMF¹¹, ni la tasa arancelaria aplicada a dicha mercancía. Estas salvaguardias podrán ser aplicadas si la mercancía excede el nivel de activación establecido en el país de destino afectando a los productores nacionales.

Cabe destacar que Colombia mantiene el Sistema Andino de Franjas de Precios (SAFP) para las mercancías agrícolas, mientras que la UE sigue aplicando el sistema de precios de entrada que consiste en un precio por debajo del cual no se debe importar mercancías agrícolas. Este sistema de precios de entrada hace parte del reglamento comunitario de la Unión Europea desde sus inicios. El Sistema Andino de Franjas de Precios (SAFP) es un mecanismo adoptado con el objeto de estabilizar el costo de importación de un grupo especial de productos agropecuarios, caracterizados por una marcada inestabilidad en sus precios internacionales. La estabilización se consigue aumentando el arancel ad-valorem cuando el precio internacional está por debajo del nivel piso, y rebajando dicho arancel, hasta cero, cuando dicho precio está por encima del techo. Es decir, la franja de precios equivale a convertir el arancel en un factor variable que se ajusta automáticamente para contrarrestar las fluctuaciones externas del precio internacional. (CAN, 1994)

Por el lado de las subvenciones a los productos agrícolas, éstas no desaparecen del todo, puesto que se mantienen las domésticas, pero queda de manifiesto la intención de que en un futuro próximo con el trabajo mancomunado de las partes bajo la batuta de la OMC, estas subvenciones sean completamente eliminadas.

¹¹NMF: Clausula de la Nación más favorecida. Cláusula establecida en los tratados de libre comercio en la cual dos países, que se han concedido prerrogativas comerciales, se comprometen a extender mutuamente las prerrogativas superiores que cada país negocia por separado con terceros países en acuerdos posteriores.

En el caso de los contingentes, cada una de las partes se registrará bajo el marco establecido por el artículo XIII del GATT siguiendo el método "*first come, first served*" primero llegado, primero servido.

En materia de arancel se logra trasladar los beneficios del SGP a este nuevo acuerdo, incluso, se logran beneficios en otros productos como el banano que como veremos más adelante tiene una disminución paulatina en el arancel.

Productos mencionados en puntos anteriores, presentan oportunidades dentro del vasto mercado de la Unión Europea debido a lo expuesto inicialmente. Ahora bien, se hace necesario mirar estos productos desde el punto de vista arancelario, para lo cual se ilustra la siguiente tabla.

Tabla 35. Categorización Productos Potenciales en la UE

Producto	Categoría TLC Colombia-EU	Arancel Terceros Países	Arancel TLC Colombia-EU		Arancel SGP
Mango	0 ¹²	0	0		N/A
Piña	0	5.80%	0		0%
Banano	BA ¹³	176 Eu/TM	Año	Arancel Eu x TM	N/A
			2010	145	
			2011	138	
			2012	131	
			2013	124	
			2014	117	
			2015	110	
			2016	103	
			2017	96	
			2018	89	
			2019	82	
2020	75				
Papaya	0	0.0%	0%		N/A
Maracuyá	0	0.0%	0%		N/A
Guayaba	0	0.0%	0%		N/A
Melón	0	8.8%	0%		0%
Patilla	0	8.8%	0%		0%
Kiwi	0	8.8%	0%		0%
Cacao Grano	0	0.0%	0%		N/A
Cacao Polvo	0	8.0%	0%		0%
Palma (Alimentos)	0	3.8%	0%		0%
Palma (Industrial)	0	0.0%	0%		N/A
Aguacate	0	5.1%	0%		0%
Yuca (Fécula)	N/A	166 Eu/TM	N/A		N/A
Ñame	0	8.3%	0%		0%

Fuente: Texto del TLC Colombia-UE

Productos como el mango, papaya, maracuyá, guayaba, cacao en grano y palma para uso industrial, son productos que entran a la Unión Europea con arancel cero, los cuales no se encuentran dentro del SGP pero sí se encuentran en lo negociado dentro del TLC con categoría cero. Otros productos como la piña, melón, patilla, kiwi, cacao en polvo, palma

¹² “0” Esta categoría señala que una vez entre en vigencia el TLC, este producto queda con arancel cero

¹³ “BA” Esta categoría señala que a partir del año 2010 se va disminuyendo el arancel y con el pasar de los años sigue disminuyendo. Para el caso del banano si se exporta un volumen específico para cada año, la UE puede suspender en arancel por máximo tres meses y luego colocar el arancel de la NMF. Es retroactivo.

para uso alimenticio, aguacate y ñame tienen arancel para terceros países, sin embargo Colombia los exporta con arancel cero gracias al SGP. Estos productos mantendrán el arancel cero, una vez se empiece a comerciar dentro del marco del acuerdo.

El banano ha sido un producto de mucha polémica, estando fuera del SGP y teniendo en la actualidad un arancel específico de 176 euros la tonelada. Este producto se encuentra en la categoría BA en el TLC Colombia-EU, por lo que su baja en el arancel se dará paulatinamente con el transcurrir de los años, empezando en el 2010. Por último tenemos la fécula de yuca, siendo uno de los productos estrella de los Montes de María del departamento de Bolívar; tiene un arancel específico de 166 euros la tonelada y no se encuentra en el SGP ni en lo negociado en el TLC.

4.4.2 Obstáculos al comercio

Además de las barreras identificadas desde el punto de vista de la demanda y del componente arancelario, existen otras barreras al comercio que incluyen condiciones de acceso al mercado, barreras por requisitos técnicos específicos y otras barreras por condicionamiento de la demanda misma. En la siguiente ilustración se resumen los obstáculos hasta ahora identificados, incluyendo los que se describen en este numeral:

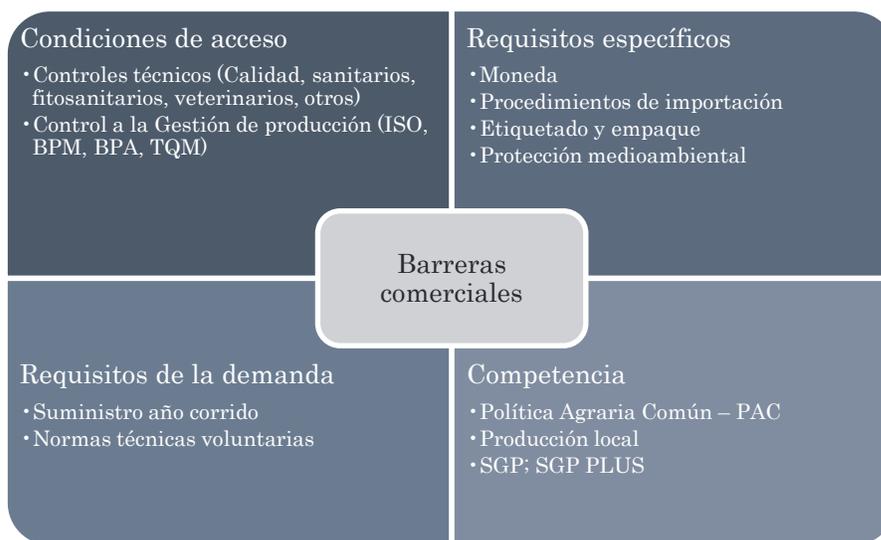


Ilustración 7. Barreras comerciales de los productos agrícolas

Fuente: Elaboración propia

Condiciones de acceso al mercado. El acceso al mercado de la Unión Europea cuenta con una serie de requisitos en materia de aranceles, normas técnicas, entre otros, que son en algunos casos de obligatorio cumplimiento para las empresas que quieran ingresar sus productos en dicho mercado. Si bien la Unión Europea mantiene un mercado abierto para las manufacturas y materias primas con un arancel relativamente bajo, para los productos agrícolas y textiles suelen ser más elevados por el hecho de considerarse sensibles. Cabe aclarar que también se cobra el IVA para los productos importados y de producción local, el cual varía de un país a otro, donde podemos encontrar porcentajes altos de 15% o 5% como mínimo (UE, 2011).

Como en el aspecto monetario, la Unión Europea no escatima esfuerzo en armonizar toda esta legislación para todos los países, sin embargo en algunos aspectos, sobre todo de tipo técnico, las normas pueden variar de un país a otro y sobre todo de un producto a otro, haciendo relevante que al momento de exportar al mercado europeo se estudie cuales son las normas específicas que debo cumplir para el producto que quiero vender.

Dentro de los objetivos de la Política Agrícola Común (PAC) de la Unión Europea se encuentran la protección del consumidor, salud pública y medio ambiente, llevando a que sean muy estrictos en cuanto a las diferentes reglamentaciones y requisitos que se deben cumplir para el ingreso a dicho mercado.

En la parte técnica se aplican diferentes controles como lo son (Plazas, 2011):

- Control de calidad a la importación - CONCAL
- Inspección Sanitaria de Importación - SANIM
- Inspección Fitosanitaria - FITN
- Inspección Veterinaria de Importación - VATER
- Convención Internacional Comercio de Especies de Flora y Fauna en vía de extinción - CITES

Estos controles varían de acuerdo al tipo de producto. Obviamente estos controles por un lado garantizan la calidad de los productos comercializados en la UE pero restringe significativamente a los exportadores de los diferentes países.

Como es normal en muchos países, en la UE también se exige el certificado fitosanitario para frutas y hortalizas, garantizando así que el producto se encuentra libre de insectos y enfermedades. También se mantienen los gravámenes anti-dumping y las licencias de importación para productos sensibles y estratégicos.

La búsqueda constante de calidad por parte de los europeos lleva a que las empresas se certifiquen en las diferentes normas de calidad existentes con el objetivo de que únicamente los productos de calidad circulen en el mercado europeo. Aquí podemos destacar normas como:

- ISO 9000
- ISO 14000
- Buenas prácticas manufactureras BPM
- Buenas Prácticas Agrícolas BPA EUREPGAP (frutas y vegetales, sitio de manejo, uso de fertilizantes, manejo de plagas, derechos laborales)
- Sistema Integrado de Calidad TQM

Si bien estas normas no son obligatorias, si le abren un abanico de posibilidades al exportador, puesto que la cultura de calidad que existe en la Unión Europea es muy fuerte llevando al consumidor a comprar productos certificados bajos las normas mencionas.

Hay otras normas de obligatorio cumplimiento que deben cumplir todos los productos para ser admitidos dentro del mercado. El Comité Europeo para la Normalización Electrotécnica (CENELEC), Comité Europeo de Normalización (CEN), y el Instituto Europeo para la Normalización de las Telecomunicaciones (ETSI), son los 3 organismos europeos de estandarización, los cuales elaboran los Estándares Europeos (Normas EN) para sectores específicos. En esta misma línea los productos manufactureros deben cumplir con las normas emitidas por el Comité Europeo de Normalización (CEN) siendo

acreditados con la marca CE (Conformidad Europea) mientras que los productos alimenticios deben cumplir con el sistema Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) el cual hace referencia a los procedimientos seguridad para el manejo de alimentos, su empaque, transporte, distribución y comercialización de los mismos (Proexport, 2008).

La Unión Europea también exige en materia de trazabilidad. La trazabilidad consiste en conocer el histórico o trayectoria de un producto a través de la cadena de suministro, quien lo hizo, qué materia prima se utilizó, a quien se le compraron los materiales, y toda serie de preguntas que se puedan hacer respecto al proceso de fabricación de un producto

Existen otras normas, como es el caso de envases y embalajes donde se fijan niveles máximos de metales pesados. Por el lado del empaque se establecen normas generales para los diferentes productos, acompañada de regulaciones específicas que maneja cada país.

Cabe resaltar que en el mercado de la Unión Europea existen prohibiciones al ingreso de productos peligrosos como es el caso de residuos químicos. También pueden estar sujetos a prohibiciones por razones de salud y seguridad, las medicinas, los pesticidas, las plantas y productos alimentarios, los productos eléctricos y las plantas y animales exóticos (Proexport, 2008).

En el mercado de la Unión Europea existen requisitos de todo tipo que deben cumplir los productos para poder ingresar al mercado, lo que deja de manifiesto el compromiso del Consejo Europeo hacia la protección del consumidor y de una u otra forma a la producción nacional. Hay que tener en cuenta que existen normas de carácter general que aplican a todos los países pero también hay otras que difieren de un país a otro y que varían por productos por lo que los exportadores deben revisar las normas específicas que aplican a su producto.

Barreras de entrada por requisitos específicos. El sistema de información *Export Help Desk* de la UE, que apoya a los empresarios en general con la información necesaria para la colocación de sus productos en sus estados miembros, identifica algunas barreras no arancelarias de entrada al mercado, las cuales, para el caso de los productos agrícolas aplican de la siguiente manera:

- **Moneda.** El Euro es usado como moneda de pago por las empresas de la UE y en este aspecto se presentan relativamente inflexibles. Las negociaciones de los empresarios deberán adaptarse entonces al cambio del Euro.
- **Oficinas de aduanas y procedimientos de importación.** Dependiendo del país destino de las exportaciones, los empresarios deberán enfrentarse a la administración de aduanas y procedimientos específicos de cada caso, necesariamente presentando la documentación de acuerdo al idioma del destino.
- **Salud Vegetal.** Dependiendo del producto y del país destino se deben estudiar las condiciones requeridas por las autoridades nacionales en cuanto a salud vegetal, control de residuos de pesticidas, etc.
- **Etiquetado y empaque.** Cada país puede tener condiciones especiales de etiquetado y empaque que van desde la identificación del producto, hasta la descripción de ciertas características del contenido nutricional.
- **Protección medioambiental.** Tienen que ver con las prácticas de producción utilizadas por los agricultores y las certificaciones que los identifican como empresas medioambientalmente responsables.

Otras barreras de acceso por requerimientos del mercado. Este tipo de barreras tienen que ver con las prácticas del mercado. Consisten en los requisitos que imponen los consumidores o los distribuidores de acuerdo a sus preferencias y prácticas de consumo.

- **Producción año corrido.** Debido a la tendencia en el dominio de los canales de distribución a cargo de los minoristas que cada vez se concentran más en menos compañías, los mayoristas y por ende los productores deben ajustarse a ese poder de negociación y cumplir con sus exigencias. Entre estas se encuentra el suministro de productos todo el año corrido, de tal manera que se garantice la disponibilidad para los consumidores en los anaqueles.
- **Normas técnicas voluntarias.** GLOBALGAP es la organización que certifica y determina estándares de buenas prácticas agrícolas G.A.P. por sus siglas en inglés (*Good Agricultural Practices*). La certificación llamada GLOBALGAP es voluntaria para los productores, sin embargo se hace obligatoria al momento de

ofertar productos agrícolas a los intermediarios, minoristas y distribuidores, por cuanto sus argumentos de venta están orientados a garantizar la seguridad y calidad de los alimentos que proveen a los consumidores finales. La adopción y certificación en estos estándares resulta entonces un reto para los productores locales por cuanto deberán adoptar tecnologías y técnicas de última generación a la vez que deberán adoptar condiciones sanitarias altamente exigentes.

4.4.3 La Política Agraria Común de la UE

La UE cuenta con una Política Agraria Común (PAC) desde 1962. Esta ha sido utilizada como el más importante instrumento de subvención a la producción agrícola, lo que ha permitido a la UE un sostenido y competitivo desarrollo rural a lo largo de los años. No obstante, existen críticas al interior de la UE sobre el manejo que han recibido estos fondos. Se acusan desequilibrios en su distribución y sesgos en los criterios de asignación. Sin embargo, cualquiera que sea el caso, es necesario considerar que, históricamente, entre el 40 y 50% del presupuesto de la UE ha sido destinado a la agricultura, repartido en ayudas directas, subvenciones, apoyo al desarrollo rural, y otros pagos; dicho presupuesto ha pasado a significar cerca del 0,4% del PIB de la UE (Castillo, 2009)

Ahora bien, lejos de desmontar subsidios a la agricultura, la Unión Europea se encuentra visionando una PAC fortalecida al 2020. Ve como una amenaza al aumento de la demanda de alimentos en el mundo y por lo tanto incentivará en los años venideros el aumento de la producción agrícola en la UE, el mejoramiento del aprovechamiento de los recursos naturales y le apostará al desarrollo territorial basado en el desarrollo rural (Unión Europea, 2011).

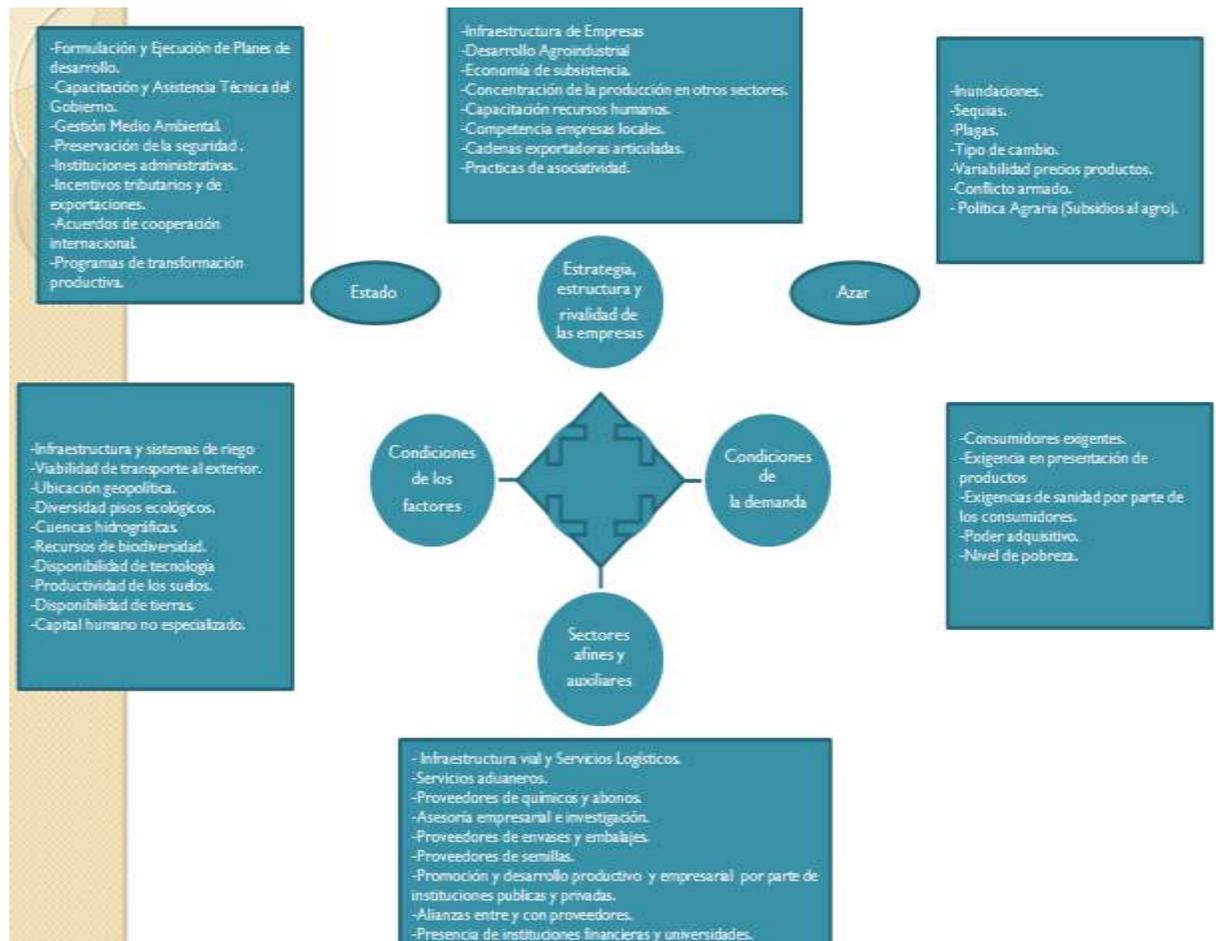
De esta manera, la existencia de la PAC significa una amenaza para los productores agrícolas externos a la UE en la medida en que otorga ventajas en costos a agricultores europeos, lo cual se traduce en mejores condiciones de precios frente al mercado internacional.

5 ANÁLISIS DESDE LA COMPETITIVIDAD

5.1 Análisis competitivo

Con base en la información encontrada y la metodología de Porter, a continuación se muestran aquellos factores que de una u otra forma afectan la competitividad de la región de los Montes de María:

Tabla 36. Factores para el Análisis Competitivo para un sector agrícola



Fuente: Elaboración propia con base en análisis PEST y Caso Amazonas peruano

5.1.1 Condiciones de los factores

La región de los Montes de María de Bolívar tiene una posición privilegiada dentro del panorama colombiano, no solo por las condiciones propias del territorio sino por la cercanía a centros urbanos que le brindan una serie de servicios especializados que le

favorecen mucho en la realización de sus actividades cotidianas. La ubicación de esta subregión también brinda una diversidad ecológica y de suelos que permite la siembra de diferentes tipos de cultivos así como una relativa cercanía a fuentes hidrográficas. Cabe resaltar que la región posee un distrito de riego como lo es María La Baja sin embargo en el resto de municipios los sistemas de riego presentan un desempeño deficiente.

Las condiciones de infraestructura que se presentan en la región de los Montes de María de Bolívar no son del todo óptimas. Existen deficiencias en la red vial perjudicando el transporte de la producción hacia los mercados de consumo. Los servicios básicos como luz, agua y teléfono, de acuerdo a la percepción general, no son de la mejor calidad y no son de fácil acceso aumentando lo que se ve reflejado en un aumento de los costos de producción, lo cual es una situación muy común en el resto de municipios de Colombia.

Por el lado de la disponibilidad de tierra, la zona cuenta con bastantes hectáreas disponibles para hacer una producción considerable sin embargo existe mucha concentración en la actividad ganadera. El recurso humano disponible que es abundante, en términos generales presenta un bajo nivel de educación; no existe conocimiento especializado estratégico abundante acerca de cómo se deben realizar las actividades económicas de la región llevando a que gran parte de los pequeños productores realicen sus actividades de una manera muy rudimentaria siendo muy bajo el uso de tecnologías especializadas.

Es cierto que existe presencia internacional en la región así como del gobierno, pero no es un acompañamiento sostenido en el tiempo, lo cual de una u otra forma afecta la inversión que se da en la región en materia tecnológica y de creación de empresas lo que sin duda repercute en los niveles de competitividad.

5.1.2 Condiciones de la demanda

La comercialización de los productos agrícolas en los Montes de María de Bolívar tiene una orientación hacia el mercado interno lo cual representa un gran problema para el desarrollo de la zona puesto que el mercado interno en cuanto a tamaño es limitado y no exige un alto estándar de calidad capaz de estimular un incremento en la cantidad y calidad de la producción. En general la mayoría de los productos de esta región se comercializan

en la misma zona y en otras ciudades cercanas, destinando pocos productos al mercado extranjero.

El nivel de pobreza que se da en la región lleva a la presencia de la economía de subsistencia por parte de muchas familias. Los consumidores se fijan más en el precio que en la calidad de los productos por lo que no existe estimulación para mejoras y mucho menos para la innovación. Estas características de la demanda local inducen, hacia el mantenimiento de precios bajos debido al bajo poder adquisitivo de las familias.

A diferencia del mercado interno, el mercado externo exige altos estándares de calidad haciendo de la calidad el factor más importante para la decisión de compra. Por lo tanto, cuando el sector enfrenta al mercado externo se estimula las mejoras y la innovación en la calidad de los productos. En general los productores tienen poco acceso a mercados externos debiendo circunscribirse al mercado interno con todas las limitaciones que éste representa.

5.1.3 Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas

En general existe un número considerable de productores en la región pero no se presenta una intensa competencia debido a los volúmenes que se comercian, a la baja inversión y a la tendencia en la formación de asociaciones de productores equilibran la repartición del mercado. También se encuentra que muchos de los productores de la región se dedican a la ganadería.

El estado de la infraestructura productiva de las empresas no es óptimo y no existen grandes esfuerzos desde el interior de la estructura productiva hacia el mejoramiento del recurso humano llevando a la comercialización de productos de bajo valor agregado. Esto se ve reflejado en la venta de la mayoría de productos en fresco, sin agregarle valor a través de procesos de transformación. Los productores por diferentes factores se orientan al mercado interno, por lo que no existe una articulación tangible con cadenas exportadoras que les puedan traer mayores beneficios. Las empresas que asumen el rol de conectoras con el mercado internacionales son las Comercializadoras Internacionales, que figuran desde ciudades como Barranquilla, Cartagena y Bogotá.

Dentro de las estrategias actuales que se están implementando para enfrentarse a los acuerdos comerciales que se están firmando con otros países e incluso para defenderse de las empresas agrícolas de otras ciudades, es la formación de asociaciones con el objetivos de ser más fuerte en inversión, capacitación, estrategias de mercado. Todo esto para la búsqueda de la competitividad.

5.1.4 Sectores afines y auxiliares

El sector agrícola de los Montes de María de Bolívar no tiene un adecuado nivel encadenamiento con otros prestadores de servicios. Por ejemplo existe una oferta reducida de servicios de asistencia técnica así como inadecuados y casi inexistentes canales de comercialización de productos de la zona hacia mercados extranjeros. Si bien los proveedores de este tipo de servicios están presentes y se encuentran relativamente cerca no se da la interacción adecuada para el desarrollo del sector.

Esta el caso de los proveedores de insumos y otro tipo de químicos necesarios para la conservación de las plantaciones, los cuales tienen mayor presencia en la zona, pero no se da esa interacción capaz de desarrollar vínculos generadores de ventajas competitivas.

No existe acceso y disponibilidad clara de servicios de asistencia en el sector, y no surgen unidades económicas que apoyen la dinamización de la zona. En este aspecto es necesario la creación y mantenimiento de vínculos con aquellas empresas que de una u otra forma intervienen en el desempeño de las actividades del sector agrícola en la región de los Montes de María de Bolívar.

Desde Cartagena, la asistencia de la Cámara de Comercio no resulta suficiente para promover las exportaciones o asesorar a los productores e incluso a las asociaciones en lograr una proyección internacional.

5.1.5 Estado

El papel del estado en la zona es de vital importancia para el progreso de la misma. Si bien es una zona que se encuentra en conflicto armado, se han venido implementando planes de desarrollo para la misma, en acompañamiento con otras instituciones internacionales. Sin embargo la materialización de los planes se ha visto opacada por casos de corrupción y de ineficiencia de las instituciones locales encargadas de la administración de la región.

El gobierno no ha escatimado esfuerzo en su intento de regresarle la seguridad y la prosperidad a la región pero todavía falta mucho camino por recorrer. Se está incrementando la presencia policial así como la implementación de toda serie de estímulos para la inversión en la zona así como haciendo mayor énfasis en la protección del medio ambiente a través del Ministerio de Ambiente de Desarrollo Sostenible.

El acuerdo con la Unión Europea sin duda representa una oportunidad para los productos que se elaboran en la zona de los Montes de María de Bolívar, sin embargo todavía falta la creación de un marco estratégico que permitan a la región el aprovechamiento de dicho TLC.

5.1.6 Azar

Factores ajenos a las empresas difíciles de manejar, también juegan un papel importante en el desarrollo de la zona. Si bien en los últimos años no se han presentado grandes afectaciones por plagas, si se han presentando grandes inundaciones que han impactado considerablemente en la parte económica y social de los Montes de María de Bolívar.

En cuanto al tipo de cambio, es sabido las variaciones que ha tenido el Euro a raíz de la crisis que afecta la zona Euro sin embargo la variación no ha sido tan dramática y se espera que con la fortaleza y las diferentes medidas que se tomen al interior de la UE se pueda volver a estabilizar política y económicamente la zona lo que también representaría la estabilidad del Euro. Es de rescatar que aunque la crisis en la zona Euro tiene un final incierto, las instituciones cada vez se consolidan mas como las encargadas de traer orden a esta región.

La intensificación o no del conflicto armado en los Montes de María es un factor de mucho cuidado, si bien se ha logrado avances en la obtención de la paz, este es un factor que de un momento a otro se puede intensificar haciendo necesario la toma de medidas capaces de mitigar el impacto del recrudecimiento del conflicto en la región.

Por último destacamos la política agraria que utilizan los diferentes gobiernos. Sin bien en el entorno colombiano está más encaminada a la búsqueda directa de competitividad, en la Unión Europea se mantienen los subsidios en el ambiente local

aunque es importante el compromiso entre la UE y la Organización mundial de comercio para irlos acabando paulatinamente.

Estos son factores que de una u otra forma se pueden presentar. Es obligación de las empresas de la región y del gobierno considerar los diferentes escenarios posibles para idear estrategias de defensa y/o aprovechamiento.

5.2 Análisis DOFA

Este análisis comprende una compilación y clasificación de lo descrito en los capítulos previos, y que están relacionados exclusivamente con la situación del acceso de Colombia al mercado de la Unión Europea, así como los factores locales de la región de los Montes de María. De esta manera se construye la siguiente matriz en donde se identifica qué representa cada situación de los factores analizados para la formulación de lineamientos de política regional, bien sea Oportunidad, Amenaza, fortaleza o Debilidad.

Tabla 37. FODA Montes de María de Bolívar

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ventaja comparativa revelada para bienes agrícolas como tabaco, ñame y ají. • Experiencia en producción de yuca, maíz, palma, aguacate y frutales. • Ubicación geográfica privilegiada. • Planes de desarrollo formulados • Amplia diversidad ecológica. • Existencia de capacidades centrales de producción para la exportación. • Asociatividad entre productores. • Voluntad de capacitación y Asistencia Técnica del Gobierno. • Gestión Medio Ambiental. • Incentivos a las exportaciones. • Diversidad de pisos y fuentes hidrográficas. • Alto potencial de productividad de los suelos. • Disponibilidad de tierras. • Consolidada red de servicios aduaneros, puertos y aeropuertos en cercanías. • Presencia de proveedores de abonos, químicos y semillas. • Promoción y desarrollo productivo y empresarial por parte de instituciones públicas y privadas. • Alta supervisión del gobierno central. • Alto apoyo de parte de ONG's. • Cooperación internacional interesada. • Disponibilidad de mano de obra, población en búsqueda de empleo. • Más de 150.000 has de tierra disponibles para nuevos cultivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiencia en investigación y transferencia de tecnología. • Bajos indicadores de eficiencia de las instituciones del estado. • Deficiente infraestructura vial. • Bajo nivel de producción con respecto al mercado de la UE. • Indiferencia hacia las oportunidades del mercado europeo. • Fragilidad en el proceso de redistribución de tierras. • Ausencia de infraestructura de telecomunicaciones y energética en las zonas rurales. • Alto nivel de pobreza y desplazamiento. • Bajo nivel de educación generalizado. • Altos índices de criminalidad y situación de violencia. • Población afectada por la ola invernal del 2010. • Desconocimiento de prácticas de gestión empresarial, productiva y de mercado por parte de los productores. • Bajo nivel de emprendimiento. • Uso del suelo orientado a la ganadería. • Experiencia orientada a productos de "fácil" pos-cosecha. • Baja utilización de normas GLOBALGAP. • No existen redes o sistemas de información formales sobre datos de la región. • Poca experiencia en producción año-corrido. • Sistemas de Riego inactivos. • Baja Competencia local y desarrollo agroindustrial. • Presencia de la economía de subsistencia. • Escaso desarrollo de cadenas productivas exportadora e incipiente cultura exportadora. • Baja presencia de universidades y dificultad en acceso al crédito. • Reducido nivel de exigencia del consumidor local

Fuente: Elaboración propia con base en fuentes con base en las fuentes consultadas en el presente documento.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos comerciales internacionales. • Programas de transformación productiva. • Baja o nula capacidad de producción local de bienes tropicales en la UE. • Disponibilidad de tecnología para la producción de almidones y otros productos de valor agregado. • Nuevos incentivos tributarios en la región de los Montes de María. • Mayor demanda de productos orgánicos tradicionales y no tradicionales a nivel nacional e internacional. • Contaminación ambiental de países desarrollados • Capacidad de recuperación macroeconómica en la UE. • Población europea de altos ingresos y capacidad adquisitiva. • Existen pocas barreras arancelarias para bienes agrícolas al ingresar a Europa. • Creciente consumo per-cápita de frutas tropicales en diferentes países de la UE. • Alto índice de intensidad importadora para frutas y hortalizas. • El mayor consumo per-cápita de cosméticos • Mayores beneficios potenciales por el tipo de cambio. • Altos índices de desarrollo humano. • Tendencia al interés por productos saludables. • Interés de consumidores por alimentos étnicos, exóticos y listos para consumir. • Tendencia creciente de uso de productos con ingredientes naturales • Interés por productos naturales, orgánicos y fairtrade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciales fenómenos naturales adversos. • Plagas y enfermedades que afectan cultivos. • Alto poder de negociación de la UE sobre Colombia. • La crisis económica del 2007-2008-2011 afecta el consumo de la población de algunos países europeos. • Países tropicales con dedicación intensiva de tierras a la producción de bienes agrícolas con oportunidades. • Otorgamiento de subsidios a productores locales (UE). • Inestabilidad política y jurídica (autoridades, gobiernos regionales, UE) • Subsidios internacionales al sector agro • Variabilidad de precios de los productos. • Re distribución y posible intensificación del conflicto armado • Significativas diferencias culturales e idiomáticas entre la UE y Colombia. • Divergencia en el nivel de desarrollo entre los países de la UE. • Altos estándares de desarrollo tecnológico en la UE. • Capacidad de producción de bienes tropicales en África y el Sudeste asiático, que representan competencia. • Considerable distancia física de los consumidores. • Barreras de entrada por requisitos técnicos como el GLOBALGAP. • Barreras no arancelarias. • Política Agraria común de la UE

Fuente: Elaboración propia con base en fuentes con base en las fuentes consultadas en el presente documento.

Al cruzar algunas de estas situaciones se pueden encontrar una serie de observaciones que dan cuenta de las necesidades de la región en cuanto a impulso de su economía:

- Las frutas tropicales constituyen una oportunidad real y tangible en la UE, para su producción existe aptitud y disponibilidad de tierras en los Montes de María, pero no existe una preparación intensiva con sistemas productivos como el GLOBALGAP.
- Existe una significativa producción de yuca en la región, en el mundo existe la tecnología para agregación de valor mediante producción de almidones y otros derivados, pero no existe inversión en este sector pues el emprendimiento es casi nulo en agroindustria.
- El emprendimiento social, la asociatividad y la disponibilidad de mano de obra favorecen el ambiente de negocios, pero el nivel de pobreza, el bajo emprendimiento y la escasez de capital impiden la generación de nuevas agroindustrias.

- Existen oportunidades de mercado para frutas exóticas en diferentes países que a su vez presentan diferentes culturas y hábitos de consumo, sin embargo las condiciones de acceso son uniformes para todos los 27 países de la UE, lo que implica que los esfuerzos para acceder a estos mercados pueden ser igualmente homogéneos en términos de adopción de prácticas productivas y estrategia competitiva.
- Existen oportunidades tangibles en productos de valor agregado como ingredientes para cosméticos, sin embargo se desconoce el potencial productivo de los insumos para atender la demanda.

6 LINEAMIENTOS DE POLÍTICAS DE DESARROLLO EXPORTADOR

Considerando que las recomendaciones de política dependen de tres factores como se presenta en la siguiente ilustración, y que debido a que se cuenta con el tercer elemento “preferencias” que está dado por la vocación productiva de la región, a continuación se entra a resumir el análisis de datos económicos, bajo la metodología DOFA/PEST y se identifican los elementos del modelo que finalmente desencadenan en recomendaciones de pasos lógicos en cuanto a política de desarrollo exportador se refiere.



Ilustración 8. Insumos para elaboración de recomendaciones de política.

Fuente: Elaboración propia¹⁴

6.1 Lineamientos de políticas de desarrollo exportador

6.1.1 Alcance de los lineamientos

Dentro del contexto las posibles tipologías de políticas que pudieran ser adoptadas para el logro de los objetivos de una región, este trabajo se circunscribe a la generación de lineamientos de política para el desarrollo exportador de la región de los Montes de María en Bolívar. Con ésta, se responde a objetivos ya establecidos tanto por el Gobierno central como por el departamental y municipal, los cuales han sido identificados en este

¹⁴ Elaborado con base en la propuesta de Cuadrado Roura, et al. (2006)

documento y que incluyen aspectos como la disminución de la pobreza, el mejoramiento de la calidad de vida de la población, el aumento del empleo, contribuir al desarrollo económico del país, mitigar el desplazamiento y reducir las causas de la violencia entre otros.

6.1.2 Objetivos y estrategias necesarias

La adopción de estos lineamientos implican un cambio radical de mentalidad en el que los resultados de crecimiento planeado no deberían medirse sobre el histórico de cómo se ha presentado el crecimiento económico de la región, sino en los resultados esperados sobre la potencialidad de lo que pueden generar las iniciativas que se pretenden implementar como lo expresa Krugman (1991).

Con estos lineamientos será posible generar atributos que verdaderamente aporten al desarrollo de la región con un impulso importante desde la perspectiva social y económica, cambiando tendencias de bajo crecimiento a una tendencia de gran desarrollo a partir de un cambio radical en las coordinaciones de los actores sub regionales de cara al mercado y a su responsabilidad con la comunidad.

Considerando los componentes del modelo *big push* y la situación de la zona, se propone entonces una política con cuatro ejes de acción a saber: Emprendimiento, Inversión, Proceso de industrialización e Infraestructura, los cuales actúan sobre un eje central que es la orientación al mercado y el fomento a las exportaciones. De esta manera, al encontrar una oportunidad tangible que posibilite definir una orientación a un mercado, se podrá determinar la configuración de los demás factores que serán requeridos para producir los bienes y servicios que requiere dicho mercado. Estos factores se ilustran a continuación:



Ilustración 9. Ejes de acción para generación de lineamientos de política para la sub región.

Fuente: Elaboración propia¹⁵

Tabla 38. Clasificación de los ejes de acción

Estrategia	Orientación	Nivel de actuación	Dimensión temporal
Orientación al mercado: Promoción de exportaciones	Ordenación	Microeconómico	Mediano plazo
Fortalecer el emprendimiento y la formación de una fuerza de trabajo.	Ordenación	Microeconómico	Mediano plazo
Fomentar la inversión e IED	Ordenación	Macroeconómico	Corto plazo
Apoyo al proceso de industrialización	Ordenación	Microeconómico - Mesoekonomico	Mediano plazo
Fortalecer la infraestructura	Ordenación	Mesoekonomico	Mediano plazo

Fuente: Elaboración propia

Estos lineamientos identificados, que a continuación se describen, no pretenden ser de carácter exhaustivo, sino que presentan una estructura estratégica a la cual se pueden alinear los diferentes esfuerzos que realicen los *policy makers* de la región, orientados siempre al logro de los objetivos de desarrollo. Éstos presentan una serie de iniciativas que se consideran de carácter prioritario considerando el análisis DOFA-PESTAL para el sector agro-productivo y con miras a un mercado de alta exigencia como el de la UE.

¹⁵Elaborado con base en diferentes aproximaciones a la teoría del *Big Push*

Lineamientos para la Orientación al Mercado y la Promoción de Exportaciones.

Como se ha podido observar, los datos sugieren que existen altos índices de pobreza en la región Montemariana, bajos niveles de ingreso y un bajo desarrollo en las actividades productivas de la región, mientras que el mercado internacional actualmente ofrece oportunidades tangibles derivadas de tendencias de consumo favorables, un alto poder adquisitivo de la población extranjera y ciertas facilidades de acceso a mercados.

Se trata entonces de «actuar en lo local y pensar en lo global», es decir, fortalecer las capacidades de la región con base en las necesidades de mercados internacionales de gran potencial. Esto resulta posible en la medida en que se aproveche el apoyo internacional que recibe la región, se dé continuidad a la supervisión estatal, se favorezca el cooperativismo y la asociatividad, y se aproveche la mano de obra disponible, la cercanía al puerto de Cartagena y la disponibilidad de tierra de la región.

La iniciativa de Orientación al Mercado y la Promoción de Exportaciones implica adoptar una orientación hacia las oportunidades del mercado de acuerdo a los productos que la UE se encuentra demandando de manera creciente y en donde la región Montemariana es, o podría, ser fuerte. Como se ha mencionado anteriormente, aplicar un modelo con las consideraciones de la teoría del *big push*, implica identificar y satisfacer un mercado lo suficientemente grande o exigente como para absorber un significativo aumento en la producción local. El trabajo de Vioria (1999) indica que el desarrollo de la producción tabacalera, que hoy presenta una ventaja competitiva en el plano internacional, fue una consecuencia de la identificación y explotación decidida de la demanda por este producto precisamente en Europa, específicamente en Alemania e Inglaterra. Así, una tendencia favorable de un mercado puede incentivar acciones locales para catapultar el desarrollo en una determinada región.

Para este mercado en particular será necesario escoger unas apuestas productivas más allá de las actuales establecidas en el Plan de competitividad de Cartagena y Bolívar (2008), pasando de atender mercados puntuales, que llegan por su cuenta, a lograr una diversificación que incluya la captación de mercados con oportunidades crecientes como el de las frutas tropicales o los ingredientes para alimentos y otros usos que se han

identificado en capítulos anteriores, en complemento con las capacidades productivas de la región.

En otras palabras, la sub-región de los Montes de María puede escoger sus propias apuestas productivas pues sus condiciones particulares no necesariamente son las mismas de todo el Departamento, además de que las variedades de productos contenidas en el mencionado Plan, no obedecen al entero universo de oportunidades que ofrecen los mercados internacionales, y en particular las significativas oportunidades que ofrece el mercado de la UE.

Así pues, una vez seleccionadas las apuestas productivas, es necesario realizar una promoción territorial y la puesta en marcha de entidades de enlace que permita dinamizar el sector, incentivar la entrada de más productores y apoyar su desarrollo empresarial mediante las siguientes acciones/proyectos:

- Puesta en marcha de un centro de investigación y desarrollo con capacidad para innovar en propuestas de productos y asesorar en la implantación de las variedades deseadas.
- Implementación de un centro de asesoría en producción y acompañamiento para *export fitness*¹⁶ buscando apropiar técnicas de cultivo, cosecha y pos-cosecha de alta productividad.
- Implementar un centro de marketing internacional con capacidad para realizar investigación de mercados, diseñar estrategias para los negocios definidos y desarrollar una promoción territorial con base en los atributos de la región.

Lineamientos para el Fortalecimiento del Emprendimiento y Formación de la Fuerza de Trabajo. Como se ha podido evidenciar, existe una significativa dificultad de la población, evidenciada en la pobreza, desplazamiento, bajo nivel educativo y experiencia de trabajo basada en la producción de cultivos y bienes tradicionales en la región. Además

¹⁶*ExportFitness*: Preparación técnica, económica y logística necesaria para entrar a competir exitosamente en el mercado objetivo.

de esto, se cuenta con unas instituciones públicas que se han revelado como ineficientes y un sector empresarial que carece de empresarios con visión para acceder a otros mercados.

Con esta estrategia se busca aprovechar la disponibilidad de mano de obra, respondiendo a la difícil situación de pobreza que vive la región y a la falta de cultura emprendedora, al bajo nivel educativo, a los índices de violencia que todavía se presentan en esta parte del país y a la falta de acompañamiento sostenido por parte del sector público y privado en la tarea de coordinar toda serie de iniciativas empresariales.

Esta iniciativa implica la ejecución de actividades orientadas a incentivar la creación de nuevas empresas que incluyan o impulsen el desarrollo de las apuestas productivas así como la capacitación de la población acorde con las fortalezas y requerimientos laborales de la región de los Montes de María y las oportunidades del mercado de la Unión Europea.

Esta es una estrategia cuyo propósito está vinculado con la orientación de la población de los Montes de María de Bolívar hacia la creación de empresas y/o puestos de trabajo en empresas ya establecidas que impulsen el desarrollo de las apuestas productivas. Esta iniciativa, estaría incompleta si solo se incentiva a la población en torno a oportunidades de empleo, haciendo obligatorio el acompañamiento en materia de capacitación y formación de la población Montemariana respondiendo a los requerimientos de la producción de los Montes de María y las oportunidades que brinda la UE.

El bajo nivel educativo se encuentra dentro de las principales causas para no acceder a un empleo y para no poder materializar oportunidades reales de creación de empresas según el Informe Nacional de Desarrollo Humano 2011, haciendo que el emprendimiento y la capacitación de la fuerza de trabajo deban ir de la mano.

Cabe resaltar que las oportunidades de negocio no necesariamente se encuentran en el entorno inmediatamente local y que en la era de la globalidad, las distancias geográficas cada vez pierden más relevancia mientras que aspectos como la diferenciación y la innovación ganan mayor valoración. También es imperativo conocer las necesidades en mano de obra para las actividades representativas de los Montes de María de Bolívar.

Con esta estrategia se busca aprovechar la disponibilidad de mano de obra respondiendo a la situación de pobreza que vive la región y a la falta de emprendimiento, educación y falta de acompañamiento sostenido por parte del sector público y privado. Bajo esta propuesta se hace necesaria la ejecución de actividades como:

- Creación de centros de emprendimiento, gestión y acompañamiento en la región de los Montes de María de Bolívar para la materialización de ideas de negocios.
- Desarrollo de Instituciones de Coordinación capaces de armonizar y ejecutar propuestas educativas, económicas y sociales con los diferentes actores de la región Montemariana.
- Flexibilización de los requerimientos de entrada al sistema financiero colombiano, sobre todo para las pequeñas empresas con iniciativas agroindustriales que surjan en la región de los Montes de María.
- Convenios institucionales para la ejecución de programas de entrenamiento y capacitación de la población en aspectos puntuales del sector Agro.
- Generar redes de interacción con las universidades de la región para la construcción de estrategias que potencialicen el desarrollo de la región.
- Incentivos fiscales y de capacitación a las empresas nacionales y/o extranjeras radicadas en la región que hagan efectivo el aumento de su fuerza laboral de manera sostenible.
- Articulación de los esfuerzos de las instituciones educativas como parte de las políticas de competitividad como se ejemplifica en el esquema de la siguiente ilustración:



Ilustración 10. Articulación de las instituciones educativas a las disciplinas relacionadas con la política de desarrollo exportador

Fuente: Elaboración propia

Lineamientos para Fomentar la Inversión. El mercado de la Unión Europea ofrece grandes oportunidades evidenciadas en alto poder de consumo, cierto grado de estabilidad social y política, y tendencias favorables de demanda de productos. Por ende, si se quiere satisfacer un mercado de gran tamaño, se hace necesaria la realización de inversiones de gran impacto en la región, para lo cual es posible que se requiera acudir a empresas nacionales y extranjeras reconocidas como grandes jugadores del sector agroindustrial.

Considerar la capacitación de la población, centros de desarrollo empresarial, mejoras en la infraestructura, creación de nuevas empresas, entre otros aspectos, sin tener la financiación suficiente, resulta inviable. Esto hace de la inversión un factor primordial para el desarrollo de la región.

La inversión es una de las principales fuentes, si no es la principal del dinamismo económico, constituyendo un medio bastante efectivo para la creación de empleo e ingresos. El propósito de esta estrategia es garantizar un flujo constante y coordinado de inversión así como facilitar el acceso a recursos financieros provenientes del mercado nacional y extranjero.

Esta estrategia de fomento de inversión es de vital importancia para el desarrollo de esta subregión, en la medida en que se requiere un financiamiento de las actividades

sociales y económicas que se lleven a cabo en la zona, incluyendo lo relacionado con el emprendimiento y sus mecanismos de impulso.

Desde la perspectiva nacional, las barreras de ingreso al sistema financiero son complejas, además, los inversionistas con alto poder de inversión, en demasiadas ocasiones no cuentan con los incentivos necesarios para invertir en zonas como los Montes de María, en donde no existen proyectos consolidados o políticas de ambiente económico favorable.

Existe una oportunidad, aun en lo que se refiere a inversión extranjera directa, la cual juega un papel fundamental para el desarrollo económico. En este aspecto resulta conveniente beneficiarse de la alta supervisión del gobierno central en la región para que sirva de intermediario frente a los grupos de inversores internacionales interesados, sin dejar de lado al sector privado nacional, el cual también debe ser partícipe en el desarrollo de la región. Es conveniente que el gobierno no solo sirva de intermediario atrayendo inversión sino que destine un porcentaje mayor del presupuesto para la activación económica de la región.

Lo mencionado anteriormente se puede lograr mediante:

- Creación de un Banco de proyectos de inversión en producción agrícola a escala en donde exista participación tanto de agentes locales como extranjeros.
- Instauración de Fondos Estructurales de Desarrollo donde se destine un porcentaje del presupuesto nacional y departamental para la activación económica de la región.
- Desarrollo de un paquete de incentivos fiscales a las empresas nacionales y/o extranjeras que se desarrollen sus actividades en la región.
- Creación de una agencia capaz de atraer y coordinar la inversión en la región.

La viabilidad de realizar inversiones coordinadas en Colombia se evidencia en sectores como el de hidrocarburos en donde la Agencia Nacional de Hidrocarburos – ANH pone las pautas, formula proyectos y coordina los esfuerzos de inversión de las empresas nacionales y extranjeras interesadas en invertir. Esto hace pensar que una coordinación de considerable magnitud puede ser viable en una región como los Montes de María con resultados positivos.

Con estas iniciativas se lograría una inversión coordinada como lo introdujera Rosentein-Rodan (1943, citado por Murphy, Shleifer, y Vishny, 1989), una inyección continua de capital nacional y extranjero que permita intensificar el dinamismo económico de la región de los Montes de María y la creación de círculos virtuosos que lleguen a desencadenar un mayor bienestar en la población.

Lineamientos para fortalecer la industrialización. Los productos como el aguacate, ñame, yuca, entre otros, que se cultivan en la región de los Montes de María de Bolívar generalmente son vendidos como productos de consumo final y raramente pasan por procesos industriales de valor agregado (Amezquita et al., 2006) . Esto implica la pérdida de beneficios debido a que se limita considerablemente el mercado, dando la espalda a mercados como la UE con grandes beneficios económicos.

Esta iniciativa pretende el fomento a la producción de bienes de valor agregado y el apoyo a la cadena productiva en sus diferentes niveles de procesamiento e intervención hasta llegar al consumidor final. Si bien las capacidades actuales se encuentran principalmente enfocadas a producción de bienes primarios, se debe proyectar el sector para que evolucione al máximo nivel de agregación de valor mediante creación de marcas propias como se ilustra a continuación:



Ilustración 11. Ruta hacia el valor agregado de los productos de los Montes de María. Fuente: Elaboración propia con base en documentos de CBI y Amézquita (2006)

En este sentido es necesario llevar a cabo actividades concatenadas con las iniciativas anteriormente expuestas:

- Centro de Investigación y Desarrollo de Productos con capacidad para mejorar las variedades y proponer procesos de transformación capaz de generar valor agregado a los productos.
- Centro de Desarrollo de Planes de Negocios para la promoción de los proyectos generados a través de las diferentes investigaciones.

Esta estrategia es una entrada a la vez que una consecuencia de la aplicación de las anteriores estrategias en la medida en que la inversión coordinada en el sector agro productivo debe generar suficientes ingresos en el mediano y largo plazo como para que, con una infraestructura propicia, sea posible que las empresas avancen en la producción de bienes manufacturados de consumo intermedio o final siempre con valor agregado, en la generación de marcas propias y en la formación de un posicionamiento regional. Los factores analizados por Murphy, Shleifer, y Vishny (1989) dan cuenta de la posibilidad que realizar esto, con la coordinación de los diferentes actores productivos y reguladores de la región, considerando la existencia de un mercado como el de la UE que sea capaz de absorber la producción que se genere en la región.

Asimismo, esta labor deberá contar con investigación, desarrollo tecnológico y transferencia de tecnología por parte de agentes de enlace publicos, privados o academicos que permitan generar productos y procesos de valor agregado para atender nichos de el gran mercado de la UE.

Lineamientos para Fortalecer la Infraestructura Relacionada con las Apuestas Productivas. La situación tecnológica en el campo de la producción agrícola nos indica que existen prácticas de producción aceptadas globalmente pero que la adaptación local ha sido muy baja, ya que se continúa produciendo los bienes tradicionales como la palma, yuca, aguacate, entre otros. Para acceder a un mercado como el de la UE será necesario altos niveles de calidad, sostenibilidad de producción año corrido y cumplimiento con las condiciones técnicas de los bienes agrícolas.

Por esta razón, si queremos que el sector Agro de los Montes de María de Bolívar sea considerado de clase mundial, es necesario que la infraestructura responda a las necesidades de las actividades económicas de la región para que se puedan aumentar los índices de producción y ser competitivos. Esto implica mayor disponibilidad de tierras, sistemas de riego, vías y maquinaria en buen estado.

La importancia de la infraestructura para el desarrollo de las regiones no se discute; Servén y Calderón señalan que el desarrollo de la infraestructura tiene un impacto positivo sobre el crecimiento económico y la distribución del ingreso. Por ejemplo si Perú desarrollara la infraestructura social y productiva a niveles similares a los alcanzados por Costa Rica, el PIB se incrementaría en un 3,5% (Servén L. 2008)

Este tipo de lineamientos implica la formulación de proyectos de infraestructura regional que ofrezcan servicios a la población y a las empresas para el desarrollo de la actividad agrícola y agroindustrial. Considerando la cadena de valor agrícola, estos proyectos pueden incluir iniciativas como:

- Identificar los territorios con potencial de explotación para la construcción de vías de acceso que posibiliten su utilización.
- Identificar los recursos críticos que requiere el proceso de producción agrícola como es el caso del agua de riego para determinar planes de abastecimiento sostenido y oportuno.
- Diseño de una legislación en pro del uso y distribución adecuada de tierras en actividades Agro.
- Implementación de redes de energía y comunicaciones.

Este es un elemento fundamental, transversal a los diferentes objetivos de desarrollo humano de la región y necesitará necesariamente inversión, de manera que el esfuerzo que se realice en infraestructura deberá incluir la preparación para facilitar el comercio y los servicios entre las empresas de la cadena de valor de la industria.

La implementación de estos proyectos debe hacerse de manera coordinada con los entes territoriales encargados de manejar las regalías, teniendo en cuenta la reciente

reforma al artículo 360 y 361 de la ley de regalías, que permiten la utilización de recursos financieros derivados de las actividades de explotación de recursos naturales no renovables, para fomentar el desarrollo económico de los demás sectores del país.

La importancia de esta estrategia fue evidenciada por Bateman, Ros, y Taylor (2009) cuando analizaron los factores de crecimiento post-conflicto (post II guerra mundial) de los estados del sur de los Estados Unidos. Encontraron que en concordancia con la teoría del *Big Push*, la inversión publicamente coordinada pudo romper la trampa del subdesarrollo mediante la reconfiguración del ambiente económico, construyendo carreteras, escuelas, plantas generadoras de energía, represas, sistemas de riego, pistas de aterrizaje de avionetas y hospitales, entre otras inversiones. Con esto lograron cambiar el estado de la región de bajos ingresos y baja productividad hacia un estado de rápida industrialización post-guerra. Asimismo, es necesario obtener esta reconfiguración de la región de los Montes de María para proyectar un verdadero crecimiento independientemente de la dinámica histórica que trae hasta la fecha.

6.2 Posibles iniciativas privadas

Desde la perspectiva del sector privado, como se ha mencionado anteriormente, existe un sinnúmero de oportunidades en el mercado que pudieran ser aprovechada tanto por los actores actuales como por nuevos actores que puedan acceder a la región, considerando que aún existe disponibilidad de tierras y factores productivos dispuestos. Esto se da tanto para grandes empresas como para pequeños grupos de productores que pudieran asociarse para atender nichos de mercado particulares.

Para lograr esto, será necesaria una organización para la participación y el fortalecimiento empresarial y gremial como lo han implementado en regiones como Antioquia en Colombia. Para mejorar las condiciones de producción deberá existir asociatividad, pues en la medida en que se desarrollen proyectos productivos de forma masiva, de gran escala, los productores podrán compartir costos de factores comunes necesarios, como la creación de vías auxiliares o la instalación de sistemas de riego. Esta estrategia de trabajo conjunto también le permitiría unificar canales de distribución y obtener acompañamiento para lograr las condiciones de los productos óptimas para superar las barreras arancelarias y no arancelarias.

Otro aspecto, más evidente, es el aprovechamiento de la favorabilidad de las condiciones de acceso al mercado europeo y la existencia de entidades de apoyo técnico tanto locales como extranjeras, entre las que se destacan la Corporación Colombia Internacional y el CBI –Centro para la promoción de importaciones de países en desarrollo–

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La adopción de una política exportadora para la Región de los Montes de María en Bolívar presenta una alta viabilidad, considerando que por un lado, en el entorno internacional, existen mercados como el de la Unión Europea, que presentan considerables oportunidades por su tamaño de población, su poder adquisitivo, las preferencias de acceso y su bajo nivel de saturación en algunos nichos. Por otro lado, en el entorno local, existe un gran potencial derivado del uso del territorio y la vocación productiva.

La región de los Montes de María de Bolívar mermada históricamente por el conflicto armado que se vive en la región, cuenta con una vocación productiva agrícola en donde podemos encontrar fortalezas en la producción de productos como el ñame, yuca, aguacate y la palma. Estos productos presentan una oportunidad dentro del mercado de la Unión Europea, no solo por su demanda creciente sino por una posible ratificación del TLC Colombia-UE que consolidaría un marco reglamentario para la comercialización de dichos productos.

Ahora bien, el mercado de la Unión Europea no solo brinda oportunidades para los productos anteriormente mencionados sino que posee otros nichos que vale la pena explorar como lo son las frutas tropicales y los ingredientes naturales para cosméticos y otros bienes industriales. Si bien, la región de los Montes de María no produce en gran magnitud este tipo de productos, sí cuenta con las condiciones para ello.

Aun así, es necesario considerar que el contraste del macro-ambiente de los Montes de María difiere significativamente del de la UE en todos los factores analizados. Políticamente vemos una subregión con deficiencias en gobernabilidad contra una macro-región integrada monetaria, económica e incluso políticamente bajo normas claras y controladas. Económicamente se encuentra una sub-región con altos niveles de pobreza asociada con una región de altos ingresos per cápita. Socialmente se contrasta una sub-región con un ramillete de problemas de violencia, inseguridad, educación y muchos otros, relacionada con una región con un alto Índice de Desarrollo Humano. Finalmente en lo tecnológico, vemos una sub-región dependiente de la producción de bienes primarios, que

competirá con una región con grandes desarrollos tecnológicos sobre el cual ha basado su desarrollo.

Para acercar a unos productores de un país en vía de desarrollo a un mercado grande y exigente como el de la UE, será necesario implementar estrategias de un modelo económico de desarrollo suficientemente completo que pueda ser adaptable a las condiciones de la región. De esta manera, se propone la implementación del marco estratégico de los factores que involucra el modelo del *Big Push* con los aportes de diferentes autores a lo largo de la historia, lo cual lo pone entre los más completos modelos contemporáneos de desarrollo. Así, las principales estrategias para aprovechar las oportunidades y sobrellevar los retos del mercado se resumen a continuación:

Tabla 39. Lineamientos para una política de desarrollo exportador en los Montes de María

Lineamientos	Estrategias-Actividades		
Orientación al Mercado y la Promoción de Exportaciones	Puesta en marcha de centros de investigación y desarrollo con capacidad para innovar en propuestas de productos y asesorar en la implantación de las variedades deseadas.	Implementación de un centro de asesoría en producción y acompañamiento para <i>export fitness</i> buscando apropiar técnicas de cultivo, cosecha y pos-cosecha de alta productividad.	Implementar un centro de marketing internacional con capacidad para realizar investigación de mercados, diseñar estrategias para los negocios definidos y desarrollar una promoción territorial con base en los atributos de la región.
Fortalecimiento del Emprendimiento y Formación de la Fuerza de Trabajo	Creación de centros de emprendimiento, gestión y acompañamiento en la región de los Montes de María de Bolívar para la materialización de ideas de negocios.	Desarrollo de Instituciones de Coordinación capaces de armonizar y ejecutar propuestas educativas, económicas y sociales con los diferentes actores de la región Montemariana.	Flexibilización de los requerimientos de entrada al sistema financiero colombiano, sobre todo para las pequeñas empresas con iniciativas agroindustriales que surjan en la región de los Montes de María.
	Convenios institucionales para la ejecución de programas de entrenamiento y capacitación de la población en aspectos puntuales del sector Agro.	Generar redes de interacción con las universidades de la región para la construcción de estrategias que potencialicen el desarrollo de la región.	Incentivos fiscales y de capacitación a las empresas nacionales y/o extranjeras radicadas en la región que hagan efectivo el aumento de su fuerza laboral de manera sostenible.
	Creación de un Banco de proyectos de inversión en producción agrícola a escala en donde exista participación tanto de agentes locales como extranjeros.	Instauración de Fondos Estructurales de Desarrollo donde se destine un porcentaje del presupuesto nacional y departamental para la activación económica de la región.	

Fomentar la Inversión	Desarrollo de un paquete de incentivos fiscales a las empresas nacionales y/o extranjeras que se desarrollen sus actividades en la región.		Creación de una agencia capaz de atraer y coordinar la inversión en la región.	
Fortalecer la Industrialización	Centro de Investigación y Desarrollo de Productos con capacidad para mejorar las variedades y proponer procesos de transformación capaz de generar valor agregado a los productos.		Centro de Desarrollo de Planes de Negocios para la promoción de los proyectos generados a través de las diferentes investigaciones.	
Fortalecer la Infraestructura Relacionada con las Apuestas Productivas.	Identificar los territorios con potencial de explotación para la construcción de vías de acceso que posibiliten su utilización.	Identificar los recursos críticos que requiere el proceso de producción agrícola como es el caso del agua de riego para determinar planes de abastecimiento sostenido y oportuno.	Diseño de una legislación en pro del uso y distribución adecuada de tierras en actividades Agro.	Implementación de redes de energía y comunicaciones.

Fuente: Elaboración propia con base en fuentes con base en las fuentes consultadas en el presente documento.

Estas estrategias podrán guiar a la región hacia el aprovechamiento de sus condiciones sociales, políticas, económicas y tecnológicas, que permitirán romper barreras en materia de pobreza, falta de empleo, infraestructura, tecnificación en la producción y productividad, lo que repercutirá en un significativo mejoramiento del bienestar de la población. Sin embargo, la viabilidad de su implementación depende en gran medida en el mejoramiento de los índices de confianza, transparencia y gobernabilidad de las instituciones locales, en la vigilancia del gobierno central y en la coordinación de los actores públicos y privados, nacionales e internacionales involucrados.

A manera de recomendación final, reconociendo que existen múltiples proyectos de soporte al desarrollo de la región de los Montes de María, se identifica la oportunidad de generar una política integradora que tenga la capacidad para poner en coordinación todos los esfuerzos que se realizan desde el gobierno central con sus ministerios y unidades asesoras, los gobiernos regional y locales, así como de las instituciones de ayuda internacional y agremiaciones, de tal manera que un marco estratégico como el que se aquí se propone le aporte un verdadero efecto de *big push* o gran empuje a la economía montemariana.

LISTADO DE ANEXOS

1. Fuente de datos estadísticos de la FAO: Producción mundial de bienes agrícolas estudiados
2. Fuente de datos estadísticos de DIAN-SIEX y Legiscomex: exportaciones e importaciones de Colombia
3. Fuente de datos estadísticos del Departamento de Bolívar: Evaluación Agropecuaria Departamental
4. Documentos del Centro para la promoción de importaciones de países en vía de desarrollo - CBI

REFERENCIAS

- Amezquita, J., Vergara, J. C., & Maza, F. (2007). *Modelamiento de cadenas agroindustriales mediante simulación de redes*. Cartagena: Universidad de Cartagena.
- Arrieta, R., Garcia, A., & Leviller, L. (2010). *Hambre y desnutricion en Bolivar: un analisis desde el enfoque de la equidad y la seguridad alimentaria*. Cartagena: Universidad de Cartagena.
- Balassa, B. (May de 1965). Trade Liberalisation and “Revealed” Comparative Advantage. *The Manchester School*, 33(2), 99-123.
- Bateman, F., Ros, J., & Taylor, J. E. (June de 2009). Did New Deal and World War II Public Capital Investments Facilitate a ‘Big Push’ in the American South? *Journal of Institutional and Theoretical Economics JITE*, 165(2), 307-341.
- Batres Soto, R., & Garcia-Calderón Díaz, L. (2006). El desarrollo en la Era Global. En *Competitividad y desarrollo internacional. Cómo lograrlo en Mexico* (págs. 71-76). Mexico D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- Boisier, S. (1999). *DESARROLLO (LOCAL): ¿ DE QUÉ ESTAMOS HABLANDO ?* Santiago de Chile.
- CAN. (1994). Franja de precios. *DECISION 371 Sistema Andino de Franjas de Precios*. Comisión del Acuerdo Cartagena.
- Castillo, J. (2009). *Apuntes de Política Agraria Común*. Albacete: Universidad de Castilla La Mancha - Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos.
- CBI. (2009). *The fresh fruit and vegetable market in the EU*. Rotterdam: Center for the Promotion of Imports from Development Countries Market Information Database.
- CBI. (2009). *The market for natural ingredients for cosmetics in the EU*. Rotterdam: Center for the promotion of Imports from Development Countries Market Information Database.
- CBI. (2009). *The Market for natural ingredients for pharmaceuticals in the EU*. Rotterdam: Center for the Promotion of Imports from Development Countries Market Information Database.
- CBI. (2011). *Market Sectors: Food ingredients* . Recuperado el 5 de Mayo de 2011, de Center for the promotion of imports from developing countries: <http://www.cbi.eu/?pag=126§or=9>
- CCC. (2008). *Plan Regional de Competitividad de Bolívar 2008 - 2032*. Recuperado el 10 de ABRIL de 2011, de Camara de Comercio de Cartagena:

http://www.cccartagena.org.co/temp_downloads/plan-regional-de-competitividad-cartagena-y-bolivar-2008-2032.pdf

Comision Europea. (18 de Julio de 2011). *Generalized System of Preferences*. Recuperado el 20 de Octubre de 2011, de Export Help Desk:

http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=cd%2fcd_GeneralisedSystemOfPreferences.html&docType=main&languageId=en

Corporación para el Desarrollo de las Microempresas. (2008). *Obtención de Información de Subregiones Seleccionadas para Ejecutar un Proyecto de Desarrollo*. Bogota: Levantamiento de información que caracterice la vocación territorial de las Zonas seleccionadas por el proyecto de Desarrollo local en los departamentos de Bolívar, Boyacá, Meta, Cesar, Santander y Valle del Cauca.

CSCE. (2009). *Agenda de negociaciones comerciales de Colombia: Actualización 2009*. Recuperado el Abril de 2011, de Mincomercio, Consejo Superior de Comercio Exterior:
<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/publicaciones/AgendaNegociaciones-2009.pdf>

Cuadrado, J. R., Mancha, T., Villena, J. E., Casares, J., González, M., Marín, J. M., et al.. (2006). *Política Económica. Elaboración, objetivos e instrumentos*. (Tercera Edición ed.). Madrid: McGrawHill.

DANE. (Abril de 2011). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Recuperado el Abril de 2011, de Exportaciones:
http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=56

Delgado, D. (2010). *Oportunidades comerciales del sector azucarero del Valle del Cauca frente a un tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá*. Cali: Pontificia Universidad Javeriana.

Departamento Nacional de Planeación. (2010). Bases del Plan Nacional de Desarrollo. *Prosperidad para Todos 2010 - 2014*, 504. Bogotá, Colombia.

Dinero. (2009). Palma y Biocombustibles. *Dinero*, 106.

Distrito de Cartagena de Indias. (2009). Política de inclusión productiva para la población en situación de pobreza y vulnerabilidad. *Política*. Cartagena, Bolívar, Colombia.

Duran, J., & Masi, F. (2007). *Diagnóstico de las asimetrías en los procesos de integración de América del Sur*. Santiago de Chile: CEPAL.

EUROSTAT. (Marzo de 2011). *Harmonised unemployment rate by gender*. Recuperado el 3 de Mayo de 2011, de Statistical Office of the European Communities:
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/mapToolClosed.do?tab=map&init=1&plugin=1&language=en&pcode=teilm020&toolbox=types#>

- EUROSTAT. (17 de Enero de 2011). *Population*. Recuperado el 3 de Mayo de 2011, de Statistical Office of the European Communities:
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/GISCO/mapjobs2008/2303EN.PDF>
- FAO. (2006). *Enfoques: El mercado de almidón añade valor a la yuca*. Recuperado el 12 de Junio de 2011, de Departamento de agricultura y protección al consumidor de la FAO: <http://www.fao.org/AG/esp/revista/0610sp1.htm>
- FAO. (17 de Mayo de 2011). *FAOSTAT*. Recuperado el 13 de Junio de 2011, de TradeSTAT: <http://faostat.fao.org/site/447/default.aspx>
- Ferto, I. (2001). Rural Development and Transition in Hungarian Agriculture. *European Rural Development: Problems, Chances, Research*. Varsovia.
- FMI. (Septiembre de 2011). *World Economic Outlook Database*. Recuperado el 8 de Octubre de 2011, de Fondo Monetario Internacional:
http://www.google.com/publicdata/overview?ds=k3s92bru78li6_&ctype=l&strail=false&nselm=h
- Franco, A. & Robles, F. (1995). *Integración: Un marco teórico*. Revista Colombia Internacional. No 30. Bogotá.
- Freshfel. (Abril de 2009). *Freshfel Europe*. Recuperado el 20 de Mayo de 2011, de The forum for fresh produce industry: <http://www.freshfel.org/asp/index.asp>
- Fundación red de desarrollo y paz de los Montes de María. (2011). Problemática de los Montes de María. Cartagena.
- Gillespie, A. (2007). PESTEL analysis of the macro-environment. En A. Gillespie, *Foundations of Economics*. Oxford: Oxford University Press.
- Gobernación de Bolívar. (2001). *ZODES*. Recuperado el 3 de Mayo de 2011, de Gobernacion de bolívar:
http://www.bolivar.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=10:zodes&catid=30:informacion&Itemid=15
- IIEC-Observatorio de los Montes de Maria. (2010). *El Contexto Montemariano: La gente se atreve a soñar otra vez*. Cartagena: Instituto Internacional de Estudios del Caribe – Observatorio de Cultura y Paz de Los Montes de María. El Contexto Montemariano: La gente se atreve a soñar otra vez. 2010.
- Krugman, P. (Mayo de 1991). History Versus Expectations. *The Quarterly Journal of Economics*, 106(2), 651-667.
- Lafaurie, J. F. (2006). *Posconflicto y Desarrollo: Inversiones sustitutivas de impuestos, Una propuesta de inclusión y desarrollo rural*. bogotá: Konrad Adenauer.

- Mejia, W. (2010). *Oportunidades y retos de la ZODES Montes de María frente al acuerdo de complementación económica suscrito entre Colombia y los países miembros del Mercosur*. Cartagena: Universidad de Cartagena.
- Mincomercio. (2010). *El sistema generalizado de preferencias y el mercado de la Unión Europea para Colombia*. Recuperado el Abril de 2011, de Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
- Mincomercio. (10 de Marzo de 2011). *Comercio Exterior de Colombia*. Recuperado el 20 de Octubre de 2011, de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:
<https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=10422>
- Ministerio de Comercio, I. y. (19 de Mayo de 2010). *www.mincomercio.gov.co*. Recuperado el 25 de Junio de 2011, de
<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=8714&idcompany=7>
- Murphy, K. M., Shleifer, A., & Vishny, R. W. (Octubre de 1989). Industrialization and the Big Push. *The journal of political economy*, 97(5), 1003-1026.
- North America Inc. (s.f.). *About Us*. Recuperado el 13 de Junio de 2011, de Sitio web de GLOBALG.A.P.: <http://www.globalgap.org>
- OECD. (Enero de 2009). *Google Public Data*. Recuperado el 13 de Mayo de 2011, de OECD Factbook:
http://www.google.com/publicdata/overview?ds=ltjib1m1uf3pf_&ctype=l&strail=false&nselm=h&hl=en&dl=en
- Pisani, E., & Franceschitti, G. (2009). Evolución del pensamiento económico agrario: de los agronegocios a la nueva ruralidad. *Revista de la facultad de ciencias agrarias Padova*, 85-108.
- Plazas, G. (2011). *Como hacer negocios con Europa*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.
- PNUD. (2003). *Programa de Desarrollo y Paz de los Montes de María*. Bogotá: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- PODEC. (2011). *Análisis del Plan de Consolidación de Montes de María “Una mirada desde el desarrollo, la democracia, los derechos humanos y la cooperación internacional”*.
- Porter, M. (Marzo-abril 1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*. Deusto.
- Presidencia de la República de Colombia. (s.f.). Recuperado el 11 de Abril de 2011, de
<http://web.presidencia.gov.co/sp/2010/mayo/19/01192010.html>
- Proexport. (2008). *Guia para exoprtar a Alemania*. Bogotá: Ministerio de comercio, industria y turismo.

- Puello, A. D. (2011). *La Vision Economica Regional: Una Aproximacion a su Contexto*. Cartagena: Universitarias.
- Puello, A., & Menco, D. (2011). El Laboratorio de Paz en Los Montes de Maria: Una Aproximacion a su Contexto. En A. M. Amaranto Daniels Puello, *Los Montes de Maria: Region, conflicto armado y desarrollo productivo* (págs. 59-60). Cartagena: Universitaria.
- PUND. (2011). *Informe Nacional de Derechos Humanos*. Colombia Rural "Razones para la Esperanza".
- PUND. (2011). *Informe Nacional de Desarrollo Humano* . Colombia Rural. Razones para la Esperanza.
- Sebá, G. A., & Llanos, J. J. (2010). *CARACTERIZACIÓN DEL POTENCIAL AGROINDUSTRIAL DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DE LA ZONA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL - ZODES MONTES DE MARÍA*. Cartagena.
- Serven, L. y. (2008). *The Effects of Infrastructure Development on Growth and Income Distribution*. Santiago de Chile: Banco Central de Chile.
- Tarte, S. (1998). Regional Strategies: The Pacific islands and japan. *Journal of Pacific Studies*, 22, 159-172.
- Todaro, M., & Smith, S. (2009). *Economic development* (10 ed.). Boston: Pearson.
- Tokatlián, J. (1994). *Componentes políticos de la integración*. Jaime Acosta (Comp.) Integración, desarrollo económico y competitividad. Centro Regional de Estudios del Tercer Mundo CRESET. Bogotá
- Torreglosa, E., & Marrugo, Y. (2009). *Seguridad alimentaria y nutricional, un reto ineludible para la zona Montes de María*. Universidad de Cartagena. Cartagena: Grupo de investigación proyectos alimentarios - PROAL.
- UdeC-IIEC. (2006). *El laboratorio de Paz en los Montes de María. Una aproximación a su contexto*. Cartagena: Universidad de Cartagena - Instituto Internacional de Estudios del Caribe.
- UdeC-IIEC. (2009). *El contexto Montemariano: Entre la incertidumbre y la esperanza*. Cartagena: Universidad de Cartagena - Instituto Internacional de Estudios del Caribe.
- UE. (2011). *Export Help Desk*. Recuperado el 12 de Enero de 2012, de Europa.eu.
- UE. (2011). *Instituciones y organismos de la Unión Europea*. Recuperado el 3 de Mayo de 2011, de Europa. El portal de la Unión Europea: http://europa.eu/about-eu/institutions-bodies/index_es.htm

- UE. (s.f.). *Economy of the EU*. Recuperado el 11 de Abril de 2011, de http://europa.eu/abc/keyfigures/tradeandconomy/tradingpower/index_es.htm
- UNAL-CGR. (2007). *Bienestar y Macroeconomía 2002-2006*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia - Contraloría General de la República.
- UNDP. (2008). *Human Development Reports*. Recuperado el 3 de Mayo de 2011, de United Nations Development Programme (UNDP): <http://hdr.undp.org/en/statistics/>
- UNDP. (2010). *Google Public Data*. Recuperado el 13 de Mayo de 2011, de Informe sobre Desarrollo Humano 2010, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD): <http://hdr.undp.org/es/datos/explorador/>
- UNHCR. (2011). *2011 UNHCR country operations profile - Colombia*. Recuperado el Abril de 2011, de The Office of the United Nations High Commissioner for Refugees: <http://www.unhcr.org/cgi-bin/texis/vtx/page?page=49e492ad6>
- Unión Europea. (1 de Mar de 2011). *La PAC en el horizonte de 2020*. Recuperado el 6 de Ene de 2012, de EUROPA. Síntesis de la legislación de la UE: http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/general_framework/ag0010_es.htm
- Viloria, J. (1999). Tabaco del Carmen: producción y exportación de tabaco de los Montes de María 1848-1893. (B. d. República, Ed.) *Cuadernos de historia económica y empresarial*.
- World Bank. (26 de Abril de 2011). *World Development Indicators*. Recuperado el 3 de Mayo de 2011, de The World Bank: http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators?cid=GPD_WDI
- World Bank. (s.f.). *World Development Indicators*. Recuperado el 7 de Septiembre de 2010